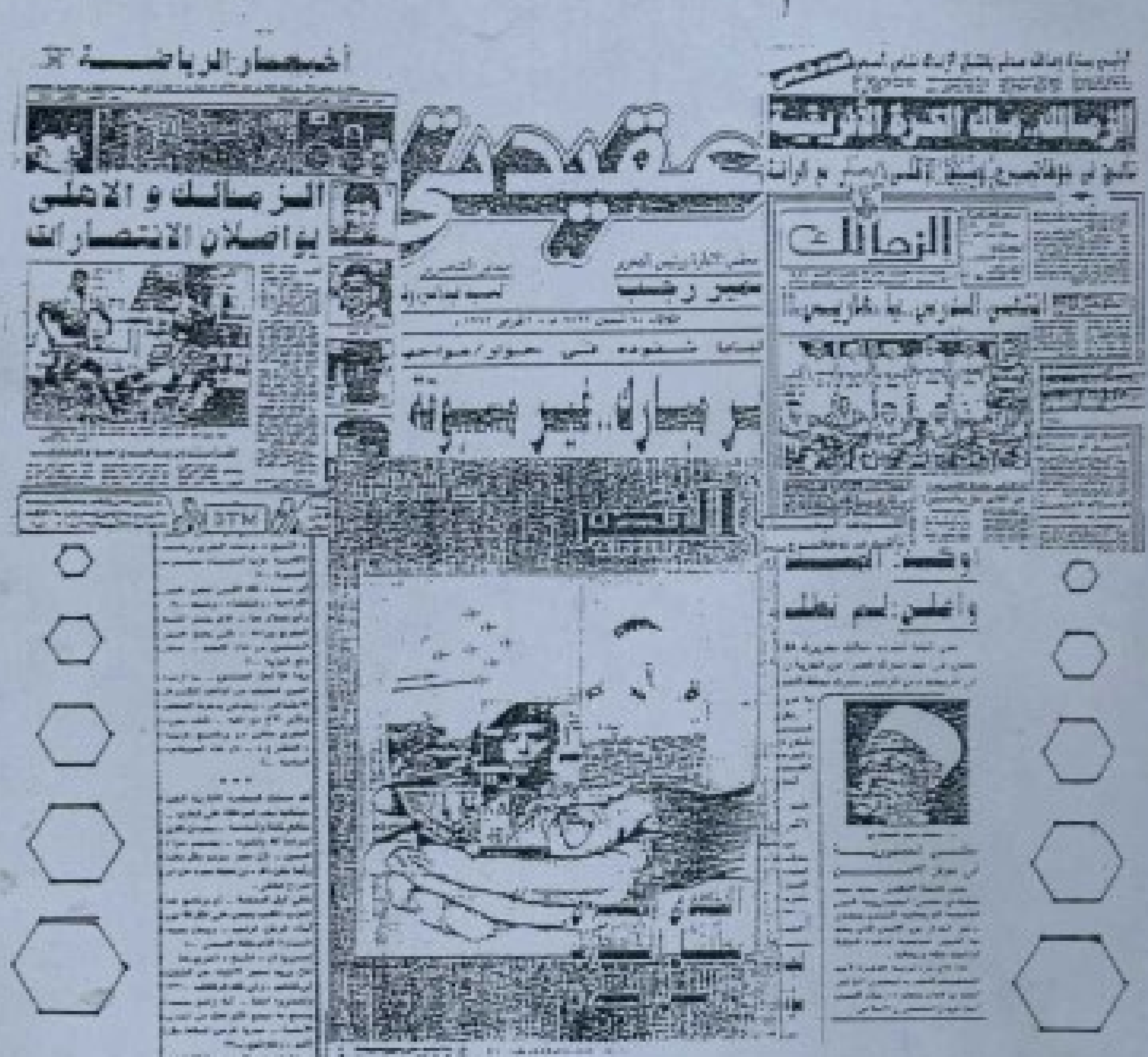
تصميم الصحف المتخصصة



أخبار الرياضة

الزمالك و الأهلى يواصلان الانتصارات

الزمالك

دكتور فوزى عبد الغنى خلاف

جامعة أسيوط * قسم الصحافة

رقم الإيداع ١٩٩٣/١٠٠٠٢
الترقيم الدولي 1.S.B.N.977.5510-00.8

الناشر: شبيك لبينك للدعاية والنشر
القاهرة – شارع جامعة الدول العربية.

تصميم الصحف المتخصصة

دراسة ميدانية علي سكرتيري تحرير عينة من الصحف المتخصصة

د. فوزي عبدالغني خلاف
جامعة أسيوط – قسم الصحافة

الناشر:شبيك لبيك للدعاية والنشر
القاهرة – المهندسين شارع جامعة الدول العربية

بسم الله الرحمن الرحيم

" وَلا تلبِسُوا الْحَقّ بِالبَاطِل
وَتكتُمُوا الْحَقّ وَأنتُم تَعْلَمُون ."

صدق الله العظيم
" آية ٤٢ - سورة البقره "

الإهـــداء

إلي الزعيم الأفريق:

نيلسون مانديلا

الرمـز .. النـموذج .. الطريق

تمهيد:

تنقسم الصحافة الدورية بصفة عامة إلي قسمين رئيسيين: مطبوعات ذات اهتمامات عامة واسعة تستهدف التوزيع الجماهيري، ومطبوعات تخاطب جمهورا من نوع خاص ، ويبدو أن المستقبل يحمل مؤشرات ايجابية للصحف المتخصصة حيث يقول تقرير شون ماكبرايد: " لقد ثبت أن البقاء عند مستوي متوسط من التوزيع يجعلها أكثر قدرة علي الإستمرار". وهذا هو السبب في أنه بينما فشلت صحف دورية عديدة ذات توزيع جماهيري علي امتداد العشرين سنة الماضية، ازدهرت بصفة عامة تلك الدوريات ذات الإهتمام الخاص والتي تخاطب جمهورا بعينه. وهي في معظم الأحيان تكون بمثابة وسيلة لما هو أكثر من مجرد نقل المعلومات ، اذ هي تهييء منبرا للمناقشة ولنقل الأفكار والمبتكرات. ولتبادل الخبرات والتجارب.

وقد تسعي مثل هذه المجلات الي التأثير علي متخذي القرارات أو لتعزيز المقدرة الإبداعية في كثير من المجالات مثل السياسة ، والاداب والفنون والأعمال والتجاره وعلوم الطبيعة والحياة والتكنولوجيا ووسائل الإتصال...الخ، ويخدم قطاع كبير من هذه الدوريات الإهتمامات الثقافية والترويحية عن طريق اشباع الحاجات الفنية والأدبية بجماعات متنوعة من القراء(١).

ويقول الدكتور فاروق أبوزيد: "نحن نعيش في عصر الصحافة المتخصصة" وما أكثر الشواهد التي تدعم هذا القول، حيث نجد في فرنسا مثلا أربعون مجلة نسائية متخصصة، وفي الوقت الذي يتراجع

فيه توزيع الصحف العامة في فرنسا بنسبة ٣،٢٪، يزداد توزيع الصحف المتخصصة بنسبة ١٠،٢٪، وفي الولايات المتحدة الأمريكية تصدر عشرة الاف مجلة من بينها ثمانية الاف مجلة متخصصة، وفي كل عام تصدر بالولايات المتحدة ٢٠٠ مجلة جديدة، بينها ١٦٠ مجلة متخصصة.

وهناك أمثلة مشابهة في انجلترا وألمانيا وبقية الدول الأوروبية(٢).

وهكذا فإن الناظر الي سوق الصحافة يجد أن الإقبال يتركز علي الصحافة المتخصصة انتاجا وتوزيعا، وأنها أصبحت تلبي احتياجات طبقات عريضة من جمهور القراء في مناحي الإهتمامات الحياتيةالمختلفة، ومن الدراسات الهامة التي أكدت علي أهمية الصحافة المتخصصة تلك الدراسة التي أجرتها الدكتورة عواطف عبدالرحمن عن صورة المرأة في الصحف والمجلات العربية)، والتي أسفرت نتائج الإستبيان الذي تم تطبيقه علي المحررة المتخصصة في مجال الصحافة النسائية علي ما يلي(٣):

(١) وافق ٦٠٪ من المحررات علي ضرورة أن يكون هناك صحافة نسائية متخصصة استنادا الى وجود مشكلات واهتمامات خاصة بالمرأة، ولا يمكن تناولها من خلال الصحافة المتنوعة أو الشاملة.

(٢) وافقت ٧٢،٧٪ من المحررات علي ضرورة تخصيص ملاحق خاصة في العدد الأسبوعي للصحيفة اليومية عن المرأة.

ولذلك فإن الإهتمام بدراسة هذا النوع من الصحافة لمعرفة الضوابط والمعايير التي تحكم سكرتير التحرير عند القيام بعملية تصميم الصفحات، تعد ذات أهمية بالغة في ضوء قيمة هذه الصحف المتعاظمة، خاصة أن الأشكال المقروءة عبارة عن رموز لغوية يتعرف العقل عليها من خلال القراءة، بينما لا تتطلب الأشكال مثل الصور والرسوم إلي جــهد لإدراكها(٤).

وتكمن أهمية هذه الدراسة في أنها الأولي في مجال دراسة المعايير التي تحكم سكرتير تحرير الصحف المتخصصة، وأن الدراسات السابقة تركزت علي دراسة الصفحات المتخصصة وليس الصحف المتخصصة.

وقد ركز معظمها علي دراسة المضمون بعيدا عن الشكل، خاصة أن ملاحظات الباحث في تحليله للإصدارات المتخصصة استوقفته عند ضرورة معرفة أسباب التمايز بين عناصر الشكل من اصدار إلي آخر حيث لاحظ ما يلي:

١- أن عدد مجلة النصر الصادر في يونيو سنة ١٩٨٥ قد غطت غلافه لوحة مرسوم بها جندي توجه له بعض النصائح عن الإهتمام بالمظهر مستخدما في تصميم صفحاته الداخلية الكثير من الثوابت التي تحتل مساحة من الصفحة الضيقة مثل موتيفة الدين والحياة واحداث دولية وفنون والمجتمع العسكري وغير ذلك مع تكبير الصور

بشكل لا يتفق مع قيمتها نظرا لقلة الصور المناسبة والمتاحة لموضوعاته.

٢- كما أن أخبار الحوادث الصادرة في سبتمبر ١٩٩٣ اضطرت الى تكبير الصور وعمل أرضيات التهمت معظم الصفحة، بالإضافة الي الإكثار من استخدام الثوابت مثل حوادث في كل مكان وجريمة الأسبوع وضحك ولعب وجد ومستشارك القانوني وغير ذلك، كما أحاطت الإعلانات فيها بالصفحة الأخيرة وحشرت وسطها المادة الإعلامية وهو اجراء ذات تأثير سلبي.

٣- أما صحيفة عقيدتي الصادرة في يناير ١٩٩٣ فقد غطي المتن صفحتها التابلويد الأولي مع صورة ضعيفة لا علاقة لها بالقصة الرئيسية التي كانت حوارا مع عبدالمنعم عمارة رئيس المجلس الأعلي للشباب والرياضة وقد زحفت عليها الإعلانات بألوان ورسوم وأرضيات مما أضعف المضمون المجاور كما أكثر سكرتير التحرير من استخدام الأرضيات والرسوم لنقص الصور بالإضافة الي استخدام اطارات مائلة خلقت لنا ارهاقا شديدا في قراءة عمود مجاور اتساعه من أعلي ٢سم ووصل في نهايته الي أقل من نصف سم وهو اجراء صعب علي عين القارئ.

٤- أما أخبار الأدب الصادرة في يوليو ١٩٩٣ فقد افتقرت صفحتها الأولي إلي الأخبار ما عدا خبر واحد والباقي صورة صحن الأزهر وعناوين جافة وبدت صفحاتها تموج في بحور الرمادية*.

ان هذه النظرة التحليلية النقدية بحثت عن اجابة لهذه الملاحظات ولذلك كانت دراسة سكرتير تحرير الصحف المتخصصة والعوامل التي تؤثر علي آدائه.

الفصل الأول

المفهوم الوظيفي لتصميم
الصحف المتخصصة

تنقسم الناحية الفنية في الصحف الي قسمين هما حرفية الكتابة الصحفية من ناحية وحرفية الشكل الذي تعرض من خلاله المضامين الصحفية، وقد شاع كثيرا -علي المستويين النظري والتطبيقي- أن نسمي حرفية الشكل بالإخراج الصحفي، ويشبه ذلك في حقيقة الأمر ثوبا فضفاضا، ذلك أن الإخراج الصحفي يحتوي علي مراحل استقبال المضمون الصحفي ثم تصميمه في شكل معين ثم متابعة الجمع والمونتاج باستخدام ماكينات الجمع التصويري التي ما زالت تستخدمها بعض الصحف المصرية والبعض الاخر منها بدأ يستخدم جهاز الأبل الماكنتوش الذي اختصر مرحلة القص واللصق (المونتاج) ، وبدأ تصميم الصفحة يتم من خلال اسقاط المضامين المختلفة علي شاشة هذا الجهاز ، وعلي الرغم من كل ذلك فإن مهمة الإخراج لم تنته بعد، بل نجد سكرتير التحرير يعرف الأشكال التي سيستخدمها في الطبع، تلك التي اصطلح علي استخدامها بالعناصر التيبوغرافية من حروف ،وعناوين ،وصور (ظلية وخطية) ،وألوان وفواصل(٥).

بالإضافة الي قيام سكرتير التحري بمتابعة فيلم الصفحة حتي يصل به الي مرحلة الزنكات حتي يستقبل النسخة في المطبعة.

ان كل ما تم نسميه الإخراج الصحفي وهي عملية أوسع من التصميم الذي يعد أحد مراحله والذي نعنيه في هذه الدراسة.

ولذلك رأينا بعد ذلك التوضيح أن نوضح المفهوم الصحفي للتصميم الذي تبذل فيه جهود مختلفة من ذلك الكم المتراكم عند الإنسان من علمه وفنه وقيمه الجمالية(٦).

والتصميم يهدف الي تحديد الشكل الخارجي لكل ما ينتجه أو يصنعه الإنسان في مجلات لا نهاية لها من بينها تنمسيق المادة المطبوعة في الكتب والمجلات والصحف(٧)، بحيث يصبح ذلك التشكيل عندما ينظر اليه الإنسان كل لا يتجزأ كتكوين يتضمن علاقات مختلفة بين عناصره التي تتكون عادة من الخط والمساحة والعلاقات اللونية المختلفة والتوافق والتباين، والإيقاع والتعامد والأفقية وغير ذلك من العلاقات التي ينبغي أن تندمج جميعها في العمل الفني بحيث لا تتجزأ حتي تكون الطابع الفريد للعمل(٨).

والتصميم يشبه مفهوم الإدارة حيث يعتمد علي التنظيم والتخطيط باعتبار أن هناك فكرة مسبقة مطلوب استخدامها والتعبير عنها بوسائط مادية(٩)، ينبغي أن تؤدي الي تحقيق الهدف من وضعها بذلك الشكل حتي تكون تصميما ذات فعالية(١٠)، لا يشتت العين من خلال عدم الإستقراء ببعض مكوناته أو من خلال نقص التوازن فيه، حيث تتقابل الأعمال في الأعمال الفنية المكتملة ، كل العناصر بعضها مع بعض لتكوين وحدة ذات قيمة أكبر من مجرد تجميع هذه العناصر(١١).

وحول الإهتمام بالعلاقات بين الأجزاء في الشكل يقول مارجوير بيفلن: "ان التصميم الموجود في الظواهر الكونية يمثل للإنسان مصدرا هائلا للإلهام لا ينتهي"(١٢).

ولم يعد التصميم يتم اليوم بشكل عشوائي ولكن ينبغي كفن أن يتسلح بالعلم حيث شبه جون بلاك(١٣) هذه العلاقة بين العلم والفن بالطيف الضوئي المتتابع، حيث تمتزج فيه الألوان بمجالاتها مختلفة الأطوال الموجيه فيكون الضوء الأبيض الساطع نتيجة الإمتزاج دون أن نري كل لون ظاهر علي حدة، ومن هنا فإنه يكون في أحد جانبي عملية التصميم تكمن مناحي الفن بينما تكون قواعد العلم وضوابطه علي الجانب الاخر، في حين يكون هناك امتزاج في منطقة ما من منتصف هذه العملية.

والتصميم لا يكون ناجحا عندكا يقتصر علي العلم فقط أو الفن فقط، ولكن يأخذ ما يناسب النموذج الذي يصممه، فنجد أن مصمم الاله يعتمد أكثر علي القواعد العلمية، بينما مصمم السجاد يعتمد أكثر علي النواحي الفنية ولكن دون معزل عن الضوابط العلمية(١٤).

وفي جزئية التصميم الصحفي يقول محمود علم الدين: "ان قرار المستهلك بالقراءة قد يحدده تفاعل القارئ مع التصميم إلي جانب حاجته الي مضمون معين أو معلومة معينة(١٥).

ولذلك أضاف جان هوايت بأن وظيفة التصميم تكمن في مقدرته على نقل المعلومات من المطبوع الى ذهن القارىء(١٦).

كما أن التصميم من وجهة نظر خبراء الإعلان يساعد على سهولة انتقال عين القارىء بسهولة خلال الصفحة، كما تصبح الروابط البصرية بين أجزاء الصفحة مرشدا يقود عين القارىء خلال أجزاء التصميم(١٧).

وعن دور العناصر التيبوغرافية* في تصميم الصحف المتخصصة يقول ريموند روبرت(١٨): " ان العناصر التيبوغرافية تحقق وحدة الصحف المتخصصة من خلال:-

١- تحقيق وحدة المتن من حيث شكل الحرف وحجمه وكثافته واتساع الجمع ونسب البياض المتاح بين السطور وبين الكلمات واستخدام الكلمات الإستهلالية المميزة.

٢- العناوين من حيث شكل حروفها وأنواعها والعناوين الفرعية والتمهيدية.

٣- الصور من حيث أنواعها وأشكالها الهندسية سواء كانت ديكوبية مفرغة ، أو ذات حواف أو دائرية وكتابة تعليقاتها.

٤- الفصل سواء باستخدام الأشكال التقليدية مثل الإطارات أو الجداول أو الفواصل العرضية أو الأشكال الحديثة كالفصل بالبياض أو الصور أو العناوين أو الأرضيات أو الألوان.

٥- الألوان، وذلك بتكرار اللون واختيار ما يناسب منه.

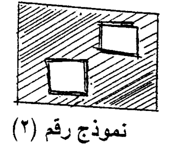
وأمام سكرتير التحرير مجموعة كبيرة من الأسس التي تساعده علي اشاعة التصميم الذي يحقق عاملي الجاذبية ولفت الإنتباه في مجال الصحف المتخصصة وذلك في اطار قوانين الإدراك التي يعود الفضل الي مدرسة الجشطلت في الإهتمام بمدرسة قوانين الإدراك، وتوصلت الي قانونه الأساسي وهو "أن الكل أكبر من مجموع أجزائه"، فحين نقرأ كلمتي (باب)، (اب) وهما مؤلفتان من نفس الحروف فإنك لا تدركهما كحروف منفصلة وانما كوحدة كلية، وعلي هذا الأساس أمكن التوصل إلي القوانين الأخري للإدراك والتي ينبغي الإستفادة منها كما يلي:

(١) أن الصحف المتخصصة تتمتع بخاصية التشابه في حجم ومساحة ونوع الورق وذلك بداية طيبة لتحقيق عامل الوحدة.

(٢) تجميع الأجزاء في أنماط:
وذلك بخلق حالة من التناسب أو التماثل أو التوازن للأشياء العديدة التي تعرض علي العين مرة واحدة كما في النموذج رقم (١).

نموذج رقم (١)

(٣) ادراك الأشياء من خلال خلفياتها:
وذلك باستخدام شكل متباين عـن الأرضية كما في النموذج رقم (٢).



نموذج رقم (٢)

(٤) الإغلاق : وهي عبارة عن أشكال ناقصة تميل العين الي اكمالها لتحقيق بعد نفسي عند الإنسان كما نري في النموذج رقم (٣).

نموذج رقم (٣) قانون الإغلاق

(٥) الإستفادة من الخداع البصري الإدراكي كما في خداع الشكل والأرضية الموضح بنموذج رقم (٤) وهو الشائع باسم الكأس والوجهان ينبغي الإستفادة منه في عمليات التصميم خاصة أن أشكال الخداع البصري عديدة لا تنتهي فقد نري أن نصف العصا الذي تم

طمسه في الماء يبدو كأنه مكسور وهو في الحقيقة غير ذلك ولكنه خدع العين بسبب عامل الضوء.



نموذج رقم (٤)

خداع ناتج عن قانون الشكل والأرضية

(٦) الإستفادة من خداع الإلتقاء والإنفراج

كما في النموذج رقم (٥) حيث يظهر الخط الأول

الخط الأول كأنه أطول من الثاني.

الخط الثاني

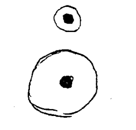
نموذج رقم(٥) خداع تقدير الطول

(٧) الإستفادة تصميميا من خداع التماس:

حيث تبدو الدائرة المساوية للدائرة الثانية أكبر لأنها تماست مع الزاوية كما في نموذج رقم (٦).

نموذج رقم (٦) خداع التماس

(٨) الإستفادة من خداع المحيط:
حيث كلما صغر المحيط ظهر أن بداخله
أكبر حجما من الثاني رغم تساويهما ،
كما في النموذج رقم (٧)



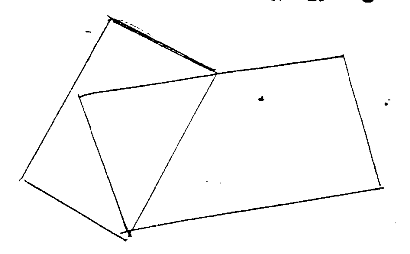
نموذج رقم (٧)
خداع اتساع وصغر المحيط

(٩) الإستفادة من خداع الخط الرأسي،
والأفقي فرغم تساويهما يظهر الرأسي
كأنه أطول من الأفقي كما في النموذج
رقم (٨).

نموذج رقم (٨)
خداع الإتجاهين الرأسي والطولي

(١٠) قانون الإنتظام:
تميل الأشكال التي تتكون من عناصر منتظمة وبسيطة ومتوازنة
إلي أن تؤلف نمطا ادراكيا متميزا ففي النموذج رقم (١٠) يسهل أن
ندرك

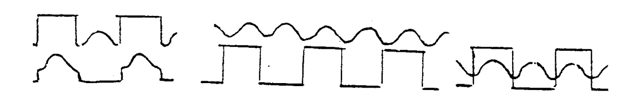
مستطيلين بدلا من شكلين غير منتظمين ومثلث.



نموذج رقم (١٠) قانون الإنتظام

(١١) قانون الإستمرار أو الإتصال:

يميل الإنسان الي ادراك الأشكال التي تتماسك عناصرها بحيث تتضمن قدرا واضحا من الإستمرار علي أنها أنماط ادراكية متميزة، فندرك الشكل رقم (١٢) علي أنه مكون من الشكلين المبينين بالشكل رقم (١٣) بينما لا يدرك علي النحو الموجود بالشكل رقم (١٤).



نموذج رقم (١٢) رقم (١٣) رقم (١٤)

(١٢) قانون السياق:

يميل الشخص إلي ادراك معني المثير وفقا للمثيرات الأخري التي تسبقه أو تصاحبه أو تلحقه وهذه المثيرات المحيطة تسمي بالسياق، تأمل الشكل الموجود في المنتصف في الشكل رقم (١٥)

	12	
A	13	C
	14	

شكل رقم (١٥)

فعندما تقرأه ضمن العمود ستقرأ الرقم بينما لو قرأته ضمن السطر فسوف تدركه علي أنه حرف B.

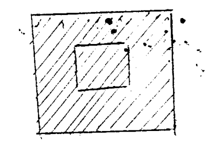
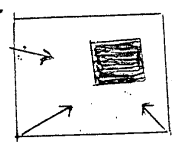
وذلك يلعب دورا في ادراك الكلمات المطبوعة خطأ ادراكا صحيحا.

وبالنظر الي ما سبق نستطيع أن نؤكد أن سكرتير التحرير يمكنه أن يوظف كل ذلك في عمليات التصميم وفي ضوء الإمكانيات الكبيرة التي تتيحها له الطباعة في الوقت الحالي سواء في عمل الأرضيات أو علاقة العناصر المستخدمة في الصفحة وتأثيرها البصري.

والحقيقة أن خداع البصر ليس الأساس الوحيد الذي ينبغي أن يتنبه اليه سكرتير التحرير بل ان هناك عوامل أخري يأخذ بها فتساعده علي تحقيق تصميم جاذب للبصر وملفت للإنتباه سواء بتحقيق التوازن المتماثل أو المتباين مع تحقيق عامل التناسب كما يلي:

١- علي الرغم من الأهمية المؤكدة لكبر حجم المساحة عن عرض موضوع علي مساحة أقل، إلا أن ذلك يمكن التغلب عليه

باستخدام مساحة أقل بعناصر أكثر جذبا مثل استخدام الألوان في مساحة أقل فإن العين يمكن أن تذهب الي المساحة الأقل كما في النموذج رقم (١٦).

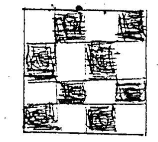



نموذج رقم (١٦) نحو ادراك الأشكال

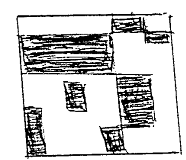
٢- تحقيق عنصر التنغيم : وهو التكرار لحركة معينة ويتحقق ذلك التجانس والتنغيم في الفن الصحفي باعتباره فنا مرئيا من خلال التحكم في عناصر العمل الفني كالشكل والحجم واللون والدرجة والإتجاه وذلك عن طريق الإبطاء والإسراع في الحركة الذهنية ، لكي يتحقق الإيقاع المنشود(١٩).

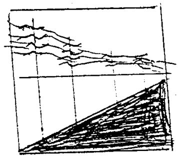
وقد يتم ذلك من خلال تكرار ايقاعات رتيبة كما نري في رقعة الشطرنج أو ايقاعات غير رتيبة ، علي الرغم من تشابهها إلا أنها قد تختلف شكلا وحجما ولونا، أو ايقاعا حرا، حيث يقول الدكتور أشرف صالح(٢٠): "أن شكل الوحدات يختلف بعضها عن البعض كما يختلف شكل الفواصل عن بعضها عن البعض ويتم توزيع الوحدات دون التزام شكلي محدد، بالإضافة الي الإيقاع المتناقص الذي تتكرر فيه الوحدات بصورة آخذة في التناقص اذ هي تعطي ايحاء بذلك، أما

الإيقاع المتزايد حيث تتكرر فيه الوحدات بصورة آخذة في التزايد أو هــي تعطي ايحاء بذلك، وقد يحدث ذلك الإيقاع في الصفحة من خلال تكرار عدد من الصور برصها متجاورة رأسيا أو أفقيا، وان كان ينبغي أن يكون الإيقاع مبتعدا عن الملل الناتج عن عدم التباين.



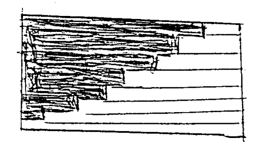
نموذج رقم (١٧) ايقاع رتيب   نموذج رقم (١٨) ايقاع غير رتيب







نموذج رقم (١٩) ايقاع حر   نموذج رقم (٢٠) ايقاع متناقص



نموذج رقم (٢١) ايقاع متزايد

٣- ينبغي أن يتعرف سكرتير التحرير علي الأسباب التي تجعلنا نلاحظ شيئا ولا نلاحظ آخر كل منهما تراه العين وتكون تلك الأسباب كما يحددها الدكتور فؤاد أبو حطب(٢١):

أ- عوامل تتصل بالشخص الملاحظ وتشمل حجمه وشدته ولونه وحركته.

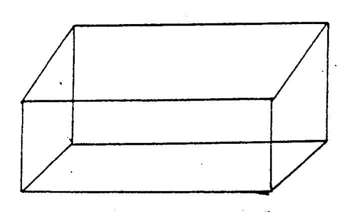
ب - عوامل تتصل بالشخص الملاحظ وتشمل ألفة المثير ودرجة جاذبيته له ودوافعه وميوله نحوه.

٤- ينغي أن يساعد التصميم الذي يراه المخرج الصحفي علي عدم تحول الإنتباه عند القارىء ، بحيث لا يتحـول البصر من مكان الي مكان بسبب المثيرات غير المتكافأة - حيث تقاس درجة الإنتباه علي مثير بصري تم تحوله إلي مثير بصري آخر بسرعة حركات العين كما تصورها الات تصوير خاصة، تستخدم في معامل علم النفس ، وقد أكدت نتائج البحوث أن زمن التثبيت العادي علي مثير معين وليكن

أحد أجزاء لوحة مصورة يمتد بين حد أدني يبلغ ١٠٠ ميلييثانية ** ، وحد أقصي غير محدد يصل الي حوالي ثانية أو ثانيتين في العادة. وبالطبع يمكن الإنتباه للمثير فترة أطول من ذلك (كما هو الحال بالنسبة للجندي الذي يراقب شاشة رادار) وكلما طالت الفترة التي يمكن للمرء فيها تركيز انتباهه علي مثير دل ذلك علي ما يسمي بالتيقظ.

٥- ينبغي أن يحتفظ سكرتير التحرير بحالة عدم شرود انتباه القاريء أثناء قراءة الصفحة، أو تركيزه لبضع دقائق ثم تحوله الي شيء آخر، فهو يجد صعوبة في اعادة تركيز انتباهه الي عمله الأولي بسبب الإرهاق الجسدي أو النفسي أو الإجتماعي أو الفيزيائي كعدم كفاية الهواء أو الإضاءة ، وذلك يقع في اطار ظاهرة تذبذ الإنتباه، عندما يري الشخص مثيرا علي درجة من الغموض، فإنه قد يتنبه اليه علي أنه يمثل أشياء مختلفة، حيث يعد المكعب النكر أحد الأمثلة الشائعة في الشكل (٢٢) حيث أنك لو ركزت بصرك علي هذا الشكل فإنك تلاحظ أن هناك تغيرا مستمرا في شكله وموضوعه ، وهي ظاهرة تسمي "ظاهرة تذبذب

الإنتباه".



شكل (٢٢) المكعب النـــكر

هوامش التمهيد والفصل الأول

١- ماكبرايد.شون: أوات متعددة وعالم واحد، الإتصال والمجتمع اليوم وغدا، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر. ١٩٨١. ص ص ١٦٤،١٦٥.

٢- فاروق أبو زيد: الصحافة المتخصصة. عالم الكتب. القاهرة.ط١، ١٩٨٦ ص٣.

٣-عواطف عبد الرحمن: دراسات في الصحافة المصرية والعربية، العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة، ١٩٨١، ص٧٣.

٤- احمد محمد محمود: تصميم الصفحات المتخصصة المصرية اليومية. دراسة تطبيقية علي صحف الأهرام والأخبار والجمهورية في الفترة من ١٩٧٧-١٩٨٨، ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، ١٩٩٢، ص ٣٨٩.

٥- أحمد حسين الصاوي: طباعة الصحف واخراجها. الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٦٥، ص ١٣٢.

٦- Christopher Jones: Design Methods, (London, Willy Intercience, 1979) p. 11.

٧ - صبحي الشاروني: الفنون التشكيلية. الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة ١٩٨٥، ص ٤٢.

٨- محمود البسيوني: طرق تعليم الفنون. دار المعارف، القاهرة، ١٩٨٧، ص ١٧٣.

٩- فريال عبد المنعم شريف: نظريات في أسس التصميم والإفادة منها في انتاج تصميمات زخرفية معاصرة، دكتوراة غير منشورة، مكتبة كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان، ١٩٧٩، ص ٤٧.

-١٠

Paul Grillo, Farmr. Function and design, (New York): Dover, Publication, In, 1975, p. 28.

١١ - محمود عبد الحليم: ظاهرة الإبداعية والعلاقة بين الفنون من التأثير والتأثر، (المؤتمر العلمي الثالث، كلية الاداب، جامعة المنيا)، ١٩٩٢، ص ١٣.

١٢- Marjoire Bevlin. Design through Discovery. New York: Holt, Rinehart and winston, 4 th, ed, 1980, p.3.

١٣ - John, Blake. "The context For Design History" History: Faror Function,. (London: Design Design councl, 1978 p.57 .

١٤- Christopher, Jones. op.cit., p. 11.

١٥- محمود علم الدين: مستحدثات الفن الصحفي في الجريدة اليومية، دكتـوراة غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٨٤، ص ٣٥.

١٦- Jan, V, White. Iditing By design. (New York):R.R. Bowker., 2,ed, 1989, p. 3.

١٧- Eagene, de, Lopatecki, Advertising Layout and Design, (New York): Ronald press company, 1952, p. 76.

١٨- Ramond Robert. Typoraphic Design. (London: Frnest Limited) 1966, p. 64.

١٩ Bates, K.F., The Theory and Practice of- Design, (New York): Hastings Typographic House,1970.182.

٢٠- أشرف صالح: تصميم المطبوعات الإعلامية. الطباعي العربي، القاهرة، جـ ١. ١٩٨٦، ص ص ١٣٠، ١٣١.

٢١- فؤاد أبو حطب وعبد الحليم محمود السيد: علم النفسم (فهم السلوك الإنساني وتنميته). دار التعاون للطبع والنشر، القاهرة، ص ص ٧٦، ٧٧.

* - العناصر التيبوغرافية: هي كل الأشكال والهيئات التي تراها العين على الصفحة.

**- الميلليثانية: هي ١/١٠٠ من الثانية.

الفصل الثاني

اجراء الدراسة الميدانية

أولا: مشكلة الدراسة وأهميتها:

عندما دخلت الحملة الفرنسية إلي مصر حملت معها المطبعة وعلي الرغم من أنها لم تصدر صحفا عربية سوي بعض المنشورات(١)، إلا أنها أصدرت باللغة الفرنسية صحيفتي "رسالة مصر"Courier de" "Egypte ' و"العقد المصرية" -Ladecade Egyptien" "ne،وعلي الرغم من أنهما فرنسيتان إلا أن عبد اللطيف حمزة يميل الي اعتبارهما بداية حقيقية للتأريخ للصحافة المصرية(٢). وتعد صحيفة "لاديكاد أجبسيان" أول صحيفة متخصصة تظهر في مصر حيث حمل عددها الأول أنها "صحيفة علمية لدراسة شئون مصر وهي صحيفة المجمع العلمي المصري وذلك لتنمية المجتمع المصري عن طريق نشر نور العلم"(٣).

ويتميز العصر الذي نعيش فيه بظاهرة التخصص في كل مجالات الحياة المختلفة ولذلك فإن الصحافة باعتبارها تلبية لكل أشكال التغير، بادرت بفرد أجزاء من صفحاتها لموضوع متخصص مثل الصفحة الإقتصادية، أو السياسية أو الأدبية أو العسكرية أو الفنية أو الزراعية أو المرأة أو الطفل أو العلـوم المختلفة ، ان مجـالات التخصص أصبحت عـديدة للغاية لدرجة يصعب معها ذكرها جميعا، لكن عندما تركز الصحيفة علي اتجاه واحد نقول أنها متخصصة في ذلك المجال.

ولما ظهر لنا القاريء الخاص بالإضافة للقاريء العام الذي يحتاج الي تنوير في مجال بعينه، فإن صحفا كاملة بدأت تتخصص ، فنحن نقرأ في مصر الأهرام الإقتصادي والسياسة الدولية ونصف الدنيا والأهرام الرياضي، وكلها تصدر عن مؤسسة الأهرام ونقرأ أيضا أخبار الأدب وأخبار الحوادث، أخبار النجوم، وأخبار الرياضة وكلها تصدر عن مؤسسة أخبار اليوم.

كما نقرأ مجلة طبيبك الخاص والكواكب وتصدران عن دار الهلال، بالإضافة الي أننا نقرأ مجلات النصر والدفاع وتصدران عن الشئون المعنوية بالقوات المسلحة، بالإضافة الي اللواء الإسلامي وعقيدتي وهما صحيفتان دينيتان تصدران عن دار مايو ودار التحرير، بالإضافة الي المجلات المتخصصة لجمهور متخصص مثل الدراسات الإعلامية والمجلات العلمية وغيرها من المؤسسات، أو إذا كانت الصحف قد توسعت في اصدار صفحات متخصصة فإن الصحف المتخصص بالكامل أصبحت اليوم من الكثرة لدرجة أن تتبعها جميعا يشكل صعوبة كاملة.

وفي كل تخصص مما سبق تختلف أشكال التحرير والكلمات المستخدمة وعناصر الشكل التي تساعد المضمون علي الظهور بالشكل المناسب حتي يصل بسهولة الي قارئه ، من حيث استخدام الصور والرسوم والألوان والعناوين والفواصل والأرضيات.

ولذلك تكمن أهمية هذه الدراسة ومشكلتها في التعرف علي المعايير والضوابط التي تحكم سكرتير التحرير في تصميم صحيفته في مجال تخصصها، خاصة أنها ظهرت لتلبية تنوع اهتمامات القارئ الذي قد يكون جمهور عام من القراء العاديين المتنوعين في خصائصهم وسماتهم العمرية والجنسية والمهنية والتعليمية أو جمهور متخصص من الدارسين والأكاديميين والباحثين(٤).

ثانيا: أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلي التعرف علي ما يلي:

١- مزايا وأهمية الصحف المتخصصة لدي سكرتير التحرير

٢- مدي التمايز بين جمهور الصحف العامة والمتخصصة.

٣- العوامل المؤثرة سلبا أو ايجابا علي سكرتير الصحف المتخصصة.

٤- تأثير الإعلانات في اخراج الصحف المتخصصة.

٥- العناصر التيبوغرافية المميزة للصحف المتخصصة.

٦- الأساليب المتبعة في تصميم أنواع الصحف المتخصصة.

ثالثا: تساؤلات الدراسة:

١- كيف يؤثر قارئ الصحيفة المتخصصة في تصميمها؟.

٢- ما مدي وعي سكرتير تحرير الصحيفة المتخصصة بالمضمون وكيف يؤثر ذلك علي تصميمه لها؟.

٣- ماهي العوامل المؤثرة سلبا أو ايجابا في تصميم الصحيفة المتخصصة؟.

٤- ما مدي تأثير الإعلانات في تصميم الصحف المتخصصة؟.

٥- ماهي العناصر التيبوغرافية المستخدمة في تصميم أنواع الصحف المتخصصة؟.

٦- ماهي أساليب التصميم المستخدمة في الصحف المتخصصة؟.

رابعا: نوع الدراسة:

تقع هذه الدراسة في اطار الدراسات الإستطلاعية حيث أن هذا النوع من البحوث يهدف الي اكتشاف ظاهرة معينة أو مجموعة من الظاهرات والقاء المزيد من الضوء عليها وذلك لتغطية النقص الملحوظ في البحوث التطبيقية التي يمكن الإعتماد عليها بصفة أساسية في تفسير الظواهر وتحديد المشكلات مما يفيد في زيادة تعرف الباحث علي الظاهرة التي يرغب في دراستها وتعرفه علي أهم المتغيرات المؤثرة فيها واكتشاف العلاقات بين تلك المتغيرات(٥)، بالإضافة الي الدراسات الوصفية التي نهدف من استخدامها الي التعرف علي الأوصاف الدقيقة للظاهرة موضوع الدراسة من حيث ماهيتها وطبيعتها ووضعها الحالي والعلاقات بينها وبين العوامل المؤثرة فيها(٦).

خامسا: منهج الدراسة:

علي تصميم الصحف المتخصصة ، كما استخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة التي تختبر عدد محدود من المفردات (وهي تصميم الصحف المتخصصة) ودراستها دراسة متعمقة بهدف الوصف والفهم الكاملين(٧).

سادسا: أدوات الدراسة:

استخدمت الدراسة أداة الإستقصاء "Questionnaire" وهو استقصاء مقنن باستخدام أسئلة تم اعدادها وتحديدها بشكل مسبق.

ولما كانت الدراسة تقع في اطار الدراسات الإستطلاعية حيث يكتنفها الغموض وعدم توافر بيانات أساسية كافية عنها ، ورغبة الباحث في التعرف علي الدوافع والإتجاهات ووجهات النظر المختلفة لدي المبحوثين، وقلة عدد الذين طبق عليهم البحث فإن الباحث قد اختار الإستبار "Interviwing Schedule" كأحد أنواع جمع البيانات باستخدام أسلوب الإستقصاء(٨).

سابعا: اختبار الإستقصاء:

لما كان من الضرورة أن تعبر الأسئلة بدقة عن موضوع الدراسة ، فإن الباحث اتبع في سبيل تحقيق عاملي الصدق والثبات ما يلي:

(١) قام بعرض صحيفة الإستقصاء علي نخبة من الأساتذة المتخصصين والممارسين الخبراء في موضوع البحث،

والمتخصصين في مناهج البحث لإجراء التصحيح المنطقي للبيانات المدونة في صحيفة الإستقصاء ، وتم في ضوء تعليماتهم وتصويبهم اغلاق الأسئلة المفتوحة مع اتاحة التعبير باستخدام مفردة (أخري تذكر) بعد اضافة أن كان هناك اضافة، كما تم تعديل ترتيب بعض الأسئلة(٩).

(٢)قام الباحث بعمل دراسة قبلية **"Pilot Study"** علي عينة محدودة مماثلة للعينة التي سيطبق عليها البحث، للتعرف علي مدي فهم أسئلة الإستقصاء والبدائل المطروحة الأكثر مناسبة.

ثامنا: عينة الدراسة:

١- استخدم الباحث العينة العمرية لتطبيق الدراسة علي سكرتيري تحرير الصحف المتخصصة.

٢- اختار الباحث سكرتيري تحرير الصحف المتخصصة التي تصدر عن أو من خلال مؤسسات أخبار اليوم والأهرام ودار التحرير للطبع والنشر وذلك لاعتبارات هامة هي:

أ - تعد هذه المؤسسات أكبر المؤسسات الصحفية تأثيرا في سوق انتاج الصحافة المصرية والعربية.

ب - أن الإصدارات المتخصصة التي لا تصدر عن المؤسسة تلجأ اليها لافتقاد هذه الإصدارات الي مطبعة ، وإلي هيئة تحرير متكاملة.

٣- تم التطبيق باستخدام المسح الشامل لسكرتيري تحرير هذه الحصف المتخصصة ، وكان عددهم خمسون سكرتيرا للتحرير.

هوامش الفصل الثاني

١- أحمد حسين الصاوي: فجر الصحافة المصرية (دراسة في اعلام الحملة الفرنسية)، الهيئة المصرية العامة للكتاب. القاهرة، ص ١٧.

٢- عبد اللطيف حمزة : الصحافة المصرية في مائة عام . دار القلم، القاهرة. د. ت. ص٨.

٣- عواطف عبد الجليل : الإعلام العلمي الجماهيري. المركز العلمي للترجمة والنشر، القاهرة، ١٩٩٢، ص ١٣٨.

٤- ليلي عبد المجيد: الصحافة الإقتصادية وقضايا التنمية، المجلس الأعلى للصحافة (دورة منعقدة في الفترة من ٩-٢٨ يونيو)، مطابع الأهرام، القاهرة. ١٩٩٠. ص ١٤٩.

٥- سمير حسين: بحوث الإعلام(الأسس والمباديء) عالم الكتب، القاهرة سنة ١٩٧٦، ص ص ١١٧-١١٩.

٦- سمير حسين: نفس المرجع السابق. ص ١٢٤.

٧- سمير حسين: نفس المرجع السابق. ص ١٤٠.

٨- سمير حسين: نفس المرجع السابق. ص ١٨٠.

٩- الأساتذة والممارسون المحكمون للإستقصاء:

(١) أ.د. بدرية شوقي - أستاذ ورئيس قسم الإجتماع بكلية آداب سوهاج.

(٢) أ.د. عبدالوهاب كحيل - أستاذ بقسم الصحافة بكلية آداب سوهاج.

(٣) د. محمد الغريب - أستاذ مساعد بقسم الإجتماع بكلية آداب سوهاج.

(٤) أ. سعيد اسماعيل - سكرتير عام التحرير بجريدة الأخبار.

(٥) أ. نبيل الطالوطي- سكرتير تحرير مجلة النصر.

(٦) أ. جمال الدين عفيفي حسين – سكرتير تحرير أخبار النجوم.

(٧) أ. فايزة فهمي– سكرتير تحرير الأهرام الإقتصادي.

الفصل الثالث

عرض وتفسير البيانات

جدول رقم (١)

يوضح أهمية الصحف المتخصصة ونوعية جمهورها

المحاور / الدولات		أهمية الصحف المتخصصة		مجالات الأهمية										نوعية القارئ						معرفة خصائص الجمهور							
				نشر خبرات معينة		التأثير على متخذى القرار		تنمية القدرات الابداعية		اشباع حاجات فئة معينة		خلق وعى بالتخصص		خاص		عام		خليط		استخدام الاستقصاء		رأى المذكرين		المراجع والبحوث		العلاقة بالبيئة	
المؤسسة	المجلة	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أخبار اليوم	أخبار الحوادث	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠					٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥		٥	١٠٠
	أخبار الرياضة	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠					٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦		٦	١٠٠
	أخبار النجوم	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠					٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥		٥	١٠٠
	أخبار الأدب	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠					٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥		٥	١٠٠
	الأهلى	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠					٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣		٣	١٠٠
الأهرام	نصف الدنيا	٤	١٠٠	٢	٥٠			٢	٥٠	٣	٧٥	٢	٥٠					٤	١٠٠	١	٢٥					٣	٧٥
	الرياضى	٦	١٠٠	٣	٥٠			٣	٥٠	٥	٨٣	٣	٥٠					٦	١٠٠	٢	٣٣					٥	٨٣
	الاقتصادى	٦	١٠٠	٣	٥٠			٣	٥٠	٥	٨٣	٣	٥٠					٦	١٠٠	٢	٣٣					٥	٨٣
دار التحرير	عقيدتى	٥	١٠٠		١٠٠			٤	٨٠	٤	٨٠	٤	٨٠					٥	١٠٠			٣	١٠٠			٥	١٠٠
	النصر	٣	١٠٠		١٠٠							٣	١٠٠					٣	١٠٠			٢	١٠٠			٣	١٠٠
	الزمالك	٢	٢٠٠		١٠٠			٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠					٢	١٠٠							٢	١٠٠

*** بمطالعة الجدول السابق يتضح لنا الاتي:-

(١) أن جميع سكرتيري التحرير الذين طبقات عليهم الدراسة الميدانية أكدوا علي أهمية الصحافة المتخصصة، التي أكدت الدراسات البحثية أهميتها أيضا، فقد طالبت الدكتورة عواطف عبد الرحمن أن تهتم الصحافة المتخصصة بالبيئة وأثارها في الوعي بأهميتها(١)، والصحافة المتخصصة ليست وليدة اليوم ففي مجال الأدب مثلا كنا نجد في أواخر القرن الماضي ومطلع القرن العشرين في مصر وحدها ما يربو علي خمسين مجلة وصحيفة تظهر في وقت واحد.

وعلي الرغم من هذه الأهمية المؤكدة فإننا نري أن الصحافة المتخصصة بدلا من الزيادة، فقد أخذت في النقصان، وقد يكون السبب في قانون سلطة الصحافة ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ الذي توقفت فيه الصحافة الأهلية ومن قبلها قوانين تنظيم الصحافة ١٩٦٠، أمو قد يكون لظهور وسائل الإعلام الإلكترونية بهذا التطور المذهل بالإضافة إلي التكلفه الباهظة لإصدار صحيفة متكاملة الإمكانات، وان كان عامل اطلاق يد الأفراد في اصدار الصحف أحد المكامن الرئيسية في هذا الصدد.

(٢) واتفقت اصدارات مؤسسة أخبار اليوم علي أن أهمية الصحف المتخصصة تكمن في العوامل التالية:

أ – تعتبر مجالا لنشر الأفكار وتبادل الخبرات في مجال معين من التخصص.

ب- أنها تساعد متخذي القرار بما تقدمه من أفكار متعمقة.

جـ- تساعد المتلقي علي تحقيق وتنمية المقدرة الإبداعية في مجال التخصص.

د - تؤدي إلي اشباع الحاجات لفئات معينة من الجمهور.

هـ - تساعد علي خلق الوعي بتخصصها لدي الجمهور العام.

(٣) بينما اختلفت النسب في صحف مؤسسة الأهرام ودار التحرير من عامل إلي آخر من عوامل الأهمية، حيث تعتقد جميع هذه الصحف في دورها في مساعدة متخذي القرار ، في حين زاد اهتمام الأهرام الإقتصادي والرياضي ونصف الدنيا وعقيدتي من دار التحرير بعامل اشباع حاجات فئات معينة من الجمهور وتنمية المقدرة الإبداعية.

(٤) ركز سكرتيري تحرير مجلة النصر والزمالك وعقيدتي علي أهمية عامل خلق الوعي بالتخصص لدي جمهور القراء.

(٥) وقد أكد سكرتيري التحرير جميعا علي أنهم يتوجهون بتصميمهم إلي جمهور متخصص وعام في نفس الوقت، مما يعني اعتقادهم بأن قراءهم ليسوا متخصصين في مجال تخصص صحفهم فقط، ولكن يمكن أن تقرأ صحفهم من جمهور عام غير متخصص مما يستدعي استدعاء تصميمات مناسبة لكل الأنواع.

(٦) أكدت نسبة ١٠٠٪ من سكرتيري تحرير أخبار اليوم أنها تتعرف علي خصائص جمهورها من خلال العوامل التالية:

أ - هن طريق بريد القراء وعمل استقصاءات عن الجمهور.

ب- عن طريق الإستنباط مما كتب في المراجع والبحوث.

جـ- عن طريق معرفتهم بالبيئة المحيطة من حولهم.

(٦) وان كانت صحف الأهرام ودار التحرير أكدت علي معرفتها لجمهورها من خلال معرفتهم بالبيئة، كعامل أساسي.

وتدل العوامل السابقة علي أن الصحف المتخصصة لا تهتم بعمل مراكز لدراسات خصائص جمهورها من حيث السن والدخل والمستوي التعليمي والجنس والدين والعادات والتقاليد وغير ذلك(٢)، وان كانت صحف أخبار اليوم أكثر ايجابية في هذا الإتجاه ، ولذلك نقول لسكرتير التحرير : ينبغي أن تكون لديك الدراية بعلم النفس ، ومعرفة حقيقة ميول الجمهور الذي يقرأ صحيفته معرفة دقيقة(٣).

جدول رقم (٢)

يوضح مدى تأثير القارئ الخاص والعام في التصميم

المحاور / المجلات		تحكم القارئ العام في التصميم				كيفية تغير عناصر التصميم										تأثير القارئ الخاص في التصميم				تأثير القارئ الخاص في التصميم							
		نعم		لا		زيادة الرسوم		زيادة الصور		زيادة حجم الحرف		زيادة الحروف السوداء		تبسيط الشكل		نعم		لا		عدم الاهتمام بزيادة الرسوم		عدم الاهتمام بزيادة الصور		عدم الاهتمام بزيادة تكبير الحروف		الاهتمام فقط بتوصيل المضمون	
المؤسسة	المجلة	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أخبار اليوم	أخبار الحوادث	٥	١٠٠			٥	١٠٠	٥	١٠٠					٣	٧٥	٥	١٠٠									٥	١٠٠
	أخبار الرياضة	٦	١٠٠			٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠			٢	٣٣	٦	١٠٠									٦	١٠٠
	أخبار النجوم	٥	١٠٠			٥	١٠٠	٥	١٠٠	٣	٦٠			٢	٤٠	٥	١٠٠									٥	١٠٠
	أخبار الأدب	٥	١٠٠			٣	٦٠			٤	٨٠	٤	٨٠	٤	٨٠	٥	١٠٠									٥	١٠٠
	الأهلي	٣	١٠٠			٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠			١	٣٣	٣	١٠٠									٣	١٠٠
الأهرام	نصف الدنيا	٢	٥٠	٢	٥٠	٢	٥٠	٢	٥٠	٢	٥٠			٢	٥٠	٣	٧٥	١	٢٥	١	٢٥	١	٢٥	١	٢٥	٣	٧٥
	الرياضي	٤	٦٦	٢	٣٣	٤	٦٦	٤	٦٦	٤	٦٦			٤	٦٦	٥	٨٣	١	١٦	٢	٣٣	٢	٣٣	٢	٣٣	٥	٨٣
	الاقتصادي			٦	١٠٠													٦	١٠٠								
دار التحرير	عقيدتي	٥	١٠٠							٥	١٠٠					٣	٧٥									٣	٧٥
	النصر	٣	١٠٠					٣	١٠٠	٣	١٠٠					٢	٦٦									٢	٦٦
	الزمالك	٢	١٠٠			٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠					١	٥٠									١	٥٠

*** بدراسة الجدول السابق يتضح لنا الاتي:

(١) اتفق جميع سكرتيري التحرير علي أن القاريء العام يحتاج الي مراعاته في التصميم فيما عدا سكرتيري تحرير جريدة الأهرام الإتصادي الذين أكدوا أنهم لا يجرون تغييرات في التصميم من أجل القاريء العام.

(٢) أكد سكرتير تحرير الحوادث أنه يغير في تصميمه للقاريء غير المتخصص بزيادة الرسوم والصور وتبسيط الشكل ، وأكد سكرتيروا تحرير أخبار الرياضة ومجلة الأهلي ما سبق بالإضافة الي زيادة حجم الحرف، أما أخبار الأدب فقد زادت عن ذلك بالتركيز علي زيادة استخدام الحروف السوداء للتأكيد علي الأهمية.

(٣) أما سكرتيروا تحرير نصف الدنيا والأهرام الرياضي والنصر والزمالك، فقد ركزوا علي الرسوم والصور وزيادة حروف المتن بالنسبة لصحيفة عقيدتي.

ويؤكد ذلك ما ذهب اليه سمير صبحي سكرتير تحرير الأهرام: "أن التبويب هو صلة التعارف والألفة بين القاريء وصحيفته والماهر هو الذي يحاور في هذه الحدود ويحفظ طابع صحيفته وفلسفتها يحاور في تصميمه حتي يتخلص من الملل والروتين الذي هو آفـة التصميم الرئيسية(٤).

(٤) وحول هذه النتائج أكد سكرتيروا تحرير بعض الصحف من خلال المقابلة ما يـلـي:

* يقول الأستاذ علي الشاذلي(٥): " أنه يضطر أحياناً في حالة نقص الصور إلي تكبير صورة الموضوع أو العنوان الرئيسي له".

* ويقول الأستاذ أحمد هاشم(٦): " أن التصميم في هذه الحالة يتحول الي تعميق موقف الجمهور عن القضية المثارة وذلك بابراز عناصر هذا الموقف من خلال عنوان أو صورة".

(٥) اتفقت نسبة عالية من سكرتيري التحرير عدا سكرتير تحرير الأهرام الإقتصادي علي أن القاريء المتخصص يؤثر في التصميم، وكانت أهم أشكال التأثير هي الإهتمام فقط بوضع المضمون في شكل يسهل قراءته، بينما تضاءلت الأسباب الأخري في اجراء التصميم المناسب للمتخصص حيث تركز جميعها علي الإهتمام بالمضمون ، وليس علي الزيادة في الرسوم والصور وتكبير الحروف.

ويؤكد هنا أحمد هاشم(٧): "أن القاريء الخاص هو الذي يذهب للموضوع، ولا داعي هنا لجذبه من خلال عناصر التصميم لأنه سيقرأ الموضوع بالفعل.

وان كنت أري تعليقا علي ذلك بأنه لا ينبغي تقديم مضمون بشكل غير متوافق معه في مقابل أن القاريء متخصص وفي حاجة الي قراءة الموضوع.

جدول رقم (٣)

يوضح أهمية الصور ومكانتها التحرير المتخصص

المحاور / الدلالات		هل هناك علاقة بين الصورة والصحيفة: نعم		هل هناك علاقة: لا		الكفاءة التخصص		الكفاءة غير التخصص		التخصص يقوم بدور مساعد		مقاومة تساعد في توصيل المضمون		التخصص يوفر الطاقة		يستخدم الصور والرسوم التوضيحية		عامر النصي تقدم المضمون		يقلل فرع متخصص		يقلل فرع غير متخصص		ميزات عربية: نعم		ميزات عربية: لا		فوائد التدريب: دولة استخدام الفنون		فوائد التدريب: [illegible]		فوائد التدريب: اختيار ما يؤدي بالغرض		فوائد التدريب: التدريب على تكنولوجيا الطباعة			
	الوحدة	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أقسام التحرير	أقسام الحوادث	٥	١٠٠			٥	١٠٠			٣	٧٥	٤	٨٣	٤	٨٣	٤	٨٣	٤	٨٣	٥	١٠٠					٥	١٠٠										
	أقسام الرياضة	٦	١٠٠			٦	١٠٠			٥	٨٣	٥	٨٣	٥	٨٣	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٥	٨٣	١		٢	٣٣	٤	٦٦							٢	٣٣		[illegible]
	أقسام المنوعات	٥	١٠٠			٥	١٠٠			٤	٨٠	٤	٨٣	٣	١٠٠	٥	١٠٠	٤	٨٣	٥	١٠٠					٥	١٠٠										
	أقسام الأدب	٥	١٠٠			٥	١٠٠			٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٤	١٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠					٥	١٠٠										
الأفراد	الاقتصاد	٣	١٠٠			٣	١٠٠			٢	٦٦	٢	٦٦	٢	٦٦	٣	١٠٠	٢	٦٦	٣	١٠٠					٣	١٠٠										
	[illegible]	٤	١٠٠			٤	١٠٠			٣	٧٥	٤	١٠٠	٤	١٠٠	٣	٧٥	٣	٧٥	٤	١٠٠			٢	٥٠	٢	٥٠	٢	٥٠	٢	٥٠	٢	٥٠				
	الرياضي	٦	١٠٠			٥	١٠٠	١	١٦	٤	٦٦	٥	٨٣	٥	٨٣	٤	٦٦	٤	٦٦	٥	٨٣	١	١٦			٦	١٠٠										
	الاقتصادي	٦	١٠٠			٦	١٠٠			٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٣	٥٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠					٦	١٠٠										
دار التحرير	[illegible]	٥	١٠٠			٥	١٠٠					٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠					٥	١٠٠		[illegible]	٥	١٠٠										
	التحرير	٣	١٠٠			٣	١٠٠					٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠					٣	١٠٠			٣	١٠٠										
	الأهرام	٤	١٠٠			٤	١٠٠					٤	١٠٠	٤	١٠٠	٤	١٠٠					٤	١٠٠			٤	١٠٠										

*** بدراسة الجدول السابق يتضح لنا:-

(١) رأي سكرتيروا التحرير الذين طبق عليهم البحث أن هناك علاقة ايجابية بين أسلوب الكتابة وأسلوب التصميم الذي يستنبط من أسلوب الكتابة ولذلك يفضل سكرتيروا التحرير أن يتم أسلوب الكتابة الصحفية بواسطة محرر صحفي متخصص.

(٢) وحول الأسباب التي يفضل سكرتيروا التحرير بسببها المحرر المتخصص نجد أن صحف أخبار اليوم ركزت علي عامل أن الكاتب المتخصص يستخدم صور ورسوم مناسبة للموضوع.

تم تقسيم النص إلي عناصر وذلك يسهل مهمة سكرتير التحرير ، ثم ان الكاتب المتخصص يوفر في المساحة من خلال فهمه للنص وكتابته في أقل مساحة من الكلمات المتخصصة دون الميل إلي الإطناب ثم مقدرة الكاتب المتخصص علي استخراج عناوين تساعد سكرتير التحرير في تصميم الموضوع بشكل متوافق، بالإضافة الي أن الكاتب المتخصص لديه المقدرة علي فهم رموز معينة يستطيع تبسيطها من خلال تخصصه.

(٣) وبالنظر لمؤسستي الأهرام ودار التحرير، فقد ركزنا علي الأسباب الثلاثة الأولي في النقطة السابقة وان كانت دار التحرير لم تؤكد علي أهمية تقسيم النص إلي عناصر بالإضافة إلي فهم رموز المعاني وتبسيطها.

(٣) اتفقت مؤسستا أخبار اليوم والأهرام علي أهمية سكرتير التحرير المتخصص، فيما عدا نسبة ضئية من سكرتيري تحرير أخبار الرياضة والأهرام الإقتصادي حيث اعتبرتا أن سكرتير التحرير يستطيع أن يصمم كل الأشكال العامة والمتخصصة في ضوء المتاح من عناصر التصميم التيبوغرافية مثل العناوين والصور والألوان والفواصل وان كان لمؤسسة دار التحرير رأي آخر، حيث ذهب سكرتيري تحريرها إلي عدم أهمية سكرتير التحرير المتخصص ، بدليل أنهم يقومون بتصميم الصحف العامة بالإضافة الي هذه الإصدارات المتخصصة.

(٤) وحول أهمية المحرر وسكرتير التحرير المتخصص نجد أن تقرير المجلس القومي للثقافة والفنون والاداب والإعلام يشير إلي اعداد الإعلامي المتخصص بقوله(٨): " أن الإعلاميين أنفسهم ينبغي أن يكونوا متخصصين في شئون المجالات التي يعملون بها سواء كانت هذه المجالات سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، ولما كانت الدراسات الإعلامية العامة من الناحية الأكاديمية تقتصر علي القواعد العامة في علوم الإتصال، فقد أصبح لزاما أن تأخذ الدراسات الإعلامية العليا طابعا جديدا يختلف عن الدراسات الإعلامية العامة ومع تقسيم دراسات الإعلام إلي أقسام الصحافة والإذاعة والتليفزيونية والعلاقات العامة، علي الرغم من أهميته إلا أنه لم يعد يغطي الإحتياجات الإعلامية المقبلة، ففي الحياة العملية من اليوم وإلي الغد ، فروع كثيرة هامة لا يفيد فيها التعميم الإعلامي، ولابد فيها من التخصص ومن هذه التخصصات ما يأتي:-

(الإعلام الديني، الإعلام الثقافي، الإعلام التربوي، الإعلام الإجتماعي، الإعلام الإقتصادي، الإعلام السياحي، الإعلام السياسي والدبلوماسي، الإعلام الزراعي ، الإعلام الصحي ، الإعلام المهنى، الإعلام الخدمي) ، وذلك بالإضافة إلي دراسة متخصصة اتجهت اليها بلاد العالم المتقدم اعلاميا، وهي ادارة المرافق الإعلامية.

وكل فرع من هذه الفروع، سواء أدمجنا بعضها في بعض أو أضفنا اليها أفرعا جديدة -لابد له من متخصصين يحلون محل غير المتخصصين في الاداء الإعلامي تدريجيا- وقد أضاف المؤتمر توصية هامة في هذا الشأن(٩)، حيث طالب بأن تكون للدراسات الإعلامية ثلاث مراحل:-

أ - مرحلة الدراسة الإعلامية العامة.

ب- مرحلة التخصص في فروع الإتصالات الخدمية.

جـ- مرحلة التدريب العملي لطلبة كل فرع في مجالات تخصصهم.

(٥) وإذا كنا نطالب بسكرتير التحرير المتخصص، إلا أننا حتي في ضوء سكرتير التحرير العام الموجود، فقد اعتقدنا أن الصحف المتخصصة التي يعمل بها ربما تكون قد وفرت له نوعا من أنواع التدريب لتقريبه من التخصص، فوجدنا أن الإجابة علي هذا السؤال جاءت علي نحو محبط حيث لم يتلق تدريبا جميع سكرتيري تحرير هذه الصحف موضوع الدراسة فيما عدا أربع حالات من جملة عدد خمسين سكرتير تحرير وهما من أخبار الرياضة ومجلة نصف الدنيا

ولم تكن الدورة التدريبية سوي في مجال الطباعة والتحديث التكنولوجي وليس في مجال تخصص صحفهم بالنسبة لأخبار الرياضة وفي مجال التخصص بالنسبة لمجلة نصف الدنيا.

(٦) ولذلك رأينا في الإجابة علي سؤال الفوائد العائدة من التدريب أن سكرتيرا تحرير أخبار الرياضة أشارا إلي الفائدة من استيعاب التقنيات الحديثة التي تساعد في التصميم، بينما ذهب سكرتير تحرير نصف الدنيا إلي الإستفادة تكون في:-

أ - سهولة استيعاب المضمون.

ب- امكانية التدخل بالتلخيص أو الحذف دون خلل.

جـ- اختيار عناوين جاذبة ومناسبة للمضمون أيضا.

جدول رقم (٤)

يوضح كيفية التعامل مع مصدر متخصص

المحاور / المجالات		التعامل مع مصدر متخصص: قراءة المصدر ... الصحيح		القراءة ... التخصصي		الاستعانة بالخبراء ...		استشارة الزملاء كثيراً		مقارنة تصريحات المصادر المتضاربة: نعم		مقارنة تصريحات المصادر المتضاربة: لا		تقييد أسلوب ... : نعم		تقييد أسلوب ... : لا		أسباب عدم تفادي التنافس: اختلاف الموضوع		أوامر رؤساء العمل		المحافظة على ... السرية		الميل إلى الابتكار	
الوحدة	المجالات	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
[illegible]	أخبار الجامعات	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٣	٦٠	٢	٤٠	٣	٦٠					٥	١٠٠	٢	٤٠			٥	١٠٠	٥	١٠٠
	أخبار الرياضة	٣	٥٠	٣	٥٠	١	١٦	١	١٦	٤	٦٦					٦	١٠٠	٤	٦٦			٦	١٠٠	٦	١٠٠
	أخبار [illegible]	٢	٤٠	٢	٤٠	١	٢٠	١	٢٠	٣	٦٠					٥	١٠٠	٢	٤٠			٥	١٠٠	٢	٤٠
	أخبار الأدب	٢	٤٠	٢	٤٠	٢	٤٠	١	٢٠	٣	٦٠					٥	١٠٠	٢	٤٠			٥	١٠٠	٢	٤٠
	[illegible]	٢	٦٦	٢	٦٦	١	٣٣	١	٣٣	٣	١٠٠					٣	١٠٠	٢	٦٦			٣	١٠٠	٣	١٠٠
الأقسام	[illegible]	٢	٥٠	٢	٥٠					٣	٧٥	١				٤	١٠٠	٣	٧٥			٤	١٠٠	٤	١٠٠
	الرياضي	٦	١٠٠	٦	١٠٠					٤	٦٦	٢	٣٣			٦	١٠٠	٤	٦٦			٦	١٠٠	٦	١٠٠
	الاقتصادي	٦	١٠٠	٦	١٠٠					٥	٨٣	١	١٦			٦	١٠٠	٤	٦٦			٦	١٠٠	٦	١٠٠
دار النشر	[illegible]	٥	١٠٠	٥	١٠٠							٥	١٠٠			٥	١٠٠		١٠٠			٥	١٠٠	٥	١٠٠
	[illegible]	٣	١٠٠	٣	١٠٠							٣	١٠٠			٣	١٠٠		١٠٠			٣	١٠٠	٣	١٠٠
	[illegible]	٤	١٠٠	٤	١٠٠							٤	١٠٠			٤	١٠٠		١٠٠			٤	١٠٠	٤	١٠٠

*** بدراسة الجدول السابق يتضح لنا:-

(١) وعندما توجهنا بالسؤال لسكرتيري التحرير عن كيفية تعويضهم للنقص المعرفي بمجال التخصص فقد رأينا حرص أكبر في مؤسستي الأهرام ودار التحرير علي قراءة المضمون بتركيز ثم القراءة المستمرة في مجال التخصص وجاءت صحف أخبار اليوم في المرحلة التالية وكانت فكرتي الإستعانة بالمحرر عند تصميم موضوعه واستشارة رؤساء العمل في المرتبة التالية من حيث الأهمية.

(٢) ومن الظواهر الإيجابية أن نسبة عالية من سكرتيري تحرير صحف أخبار اليوم والأهرام تتابع الصحف المشابهة لمعرفة أشكال وأساليب تصميمها لمختلف الموضوعات وان كان سكرتيروا تحرير مؤسسة دار التحرير لا يعيرون الصحف المشابهة اهتماما بالمتابعة لتصميماتها.

(٣) ونظرا لأن تقليد المنافس قد يسبب حرج من وجهة نظر سكرتيري التحرير الذين يتابعونه إلا أنهم لا يفضلون تقليده وقد رأوا أن السبب في ذلك يكمن في الترتيب التالي حسب الأهمية من وجهة نظر مفردات البحث:-

أ - إن عدم التقليد يأتي من الرغبة في الإبتكار لتصميمات جديدة.

ب- عدم التقليد يحافظ علي شخصية الصحيفة.

جـ- أن التقليد يناسب موضوعات متشابهة ولكن موضوعي

يختلف عن الموضوع المنافس، بينما لم يبد سكرتيروا التحرير إيجابية نحو عامل لوم رؤساء وزملاء العمل.

جدول رقم (٥)

يوضح اتجاه سكرتيرى التحرير نحو تصميم الصحف العامة والصحف الخاصة

المحاور / المؤسسة	المجلات / المجلة	كثرة التعامل مع مضمون متخصص تيسر التصميم				سهولة التصميم												بـ تصميم الصحف المتخصصة					
		نعم		لا		الصحف العامة		الصحف المتخصصة		التنوع التيبوغرافي		اظهار الملكات الخاصة في التنوع		تداخل الصور الثوابت		استخدام كل عنصر تيبوغرافي يجد له قارئ		سهولة التصميم لثبات الموضوعات		لأن سكرتير التحرير أصبح متخصص		سهولة التصميم لقارئ متخصص	
		ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أخبار اليوم	أخبار الحوادث	٥	١٠٠			٢	٤٠	٣	٦٠	٣	٦٠	٢	٤٠			٢	٤٠	٢	٤٠				
	أخبار الرياضة	٦	١٠٠			٣	٥٠	٣	٥٠	٤	٦٦	٣	٥٠			٢	٣٣	٢	٣٣				
	أخبار النجوم	٥	١٠٠			٤	٨٠	١	٢٠	٣	٦٠	٣	٦٠			٢	٤٠	٢	٤٠				
	أخبار الأدب	٥	١٠٠			٥	١٠٠			٥	١٠٠	٤	٨٠			٢	٤٠	١	٢٠				
	الأهالي	٣	١٠٠			٢	٦٦	١	٣٣	٣	١٠٠	٢	٦٦			١	٣٣	١	٣٣				
الأهرام	نصف الدنيا	٤	١٠٠			٣	٧٥	١	٢٥	٢	٥٠	٢	٥٠			١	٢٥	١	٢٥				
	الرياضي	٥	٨٣	٥	٨٣	٥	٨٣	١	٢٠	٤	٦٦	٣	٥٠			١	١٦	١	١٦				
	الاقتصادي	٥	٨٣	٥	٨٣	٥	٨٣	١	٢٠	٤	٦٦	٣	٥٠			١	١٦	١	١٦				
دار التحرير	عقيدتي	٥	١٠٠			٣	٦٠	٢	٤٠	٤	٨٠	٢	٤٠					٢	٤٠			٢	٤٠
	النصر	٣	١٠٠			٢	٦٦	١	٣٣	٣	١٠٠	٢	٦٦					١	٣٣			١	٣٣
	الزمالك	٢	١٠٠			٢	١٠٠	١	٥٠	٢	١٠٠	١	٥٠					١	٥٠			١	٥٠

** بدراسة الجدول السابق يتضح لنا الاتي:

(١) وافقت مفردات العينة علي أن كثرة التعامل في مجال التخصص تسهل مهمتـهم في التصميم ، وذلك نظرا لفهمهم العميق للمحتوي حسب تخصص الصحيفة والتعرف علي عناصره التيبوغرافية المميزة له حيث نجد أن الأشكال المستديرة تصبح أهم أدوات سكرتري تحرير الصحف ذات الطابع الرياضي بينما الألوان تصبح أداة رئيسية لسكرتير تحرير صحف المرأة وتصبح الخطوط الكوفية وزركشة العمارة الإسلامية أداة رئيسية لسكرتير تحرير الصحف الدينية بينما تصبح خطوط الرقعة وقطع السلاح المتباينة أهم أدوات سكرتير تحرير صحف الحوادث(١٠).

(٢) أجابت النسبة الأكبر من مختلف مفردات البحث بأن تصميم الصحف العامة أيسر من تصميم الصحف المتخصصة ولم تزد الأخيرة سوي عند سكرتير تحرير أخبار الحوادث ، وتناصفت عند سكرتير تحرير أخبار الرياضة.

(٣) وبالنسبة لأسباب الإعتقاد في يسر تصميم الصحف العامة كانت بالترتيب لدي أفراد العينة :-

أ - أن الصحف العامة تساعد علي التنوع التيبوغرافي، حيث تتميز بكثرة الموضوعات وتنوع مضمونها، مما يساعد علي تقديم أشكال مختلفة لكل مضمون.

ب- تساعد الصحف العامة علي اظهار الملكات الخاصة لدي

سكرتير التحرير.

جـ- أن الصحف العامة تخاطب كل فئات القراء وبالتالي فإن استخدام أي عنصر يجد له قارئ علي عكس الصحف المتخصصة.

(٤) وبالنسبة لأسباب الإعتقاد في يسر تصميم الصحف المتخصصة فكانت:-

أ - بسبب سهولة التصميم لمختلف المضامين نتيجة تخصصها الثابت في كل عدد.

ب- رأي سكرتيروا تحرير مؤسسة دار التحرير كذلك : سهولة التصميم لقارئ متخصص فنجد أن سكرتير تحرير عقيدتي مثلا ينبغي أن يهتم بوضع جداول بين موضوعات المادة حتي لا تختلط ببعضها وتصبح في حاجة ماسة إلي دليل مرور للقارئ يبين له نهاية الموضوع الأول من بداية الثاني، كذلك الإهتمام بوضع رسوم توضيحية عن مضمون المادة التحريرية(١١).

جدول رقم (٦)

يوضح أثر تباعد الاصدار على تصميم الصحف المتخصصة

المؤسسة	المحاور / المجلات	مدى تباعد اصدار الصحف المتخصصة				تأثير التباعد على جودة التصميم				تأثير تباعد الاصدار على التصميم				مدى تدخل رئيس التحرير في التصميم					
		نعم		لا		نعم		لا		طول الوقت يؤدي لاستخدام عناصر جديدة		طول الوقت يؤدي للأسلوب الأمثل		نعم		لا			
	المجلة	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أخبار اليوم	أخبار الحوادث	٥	١٠٠			٥	١٠٠			٤	٨٠	٤	٨٠	٤	٨٠	٢			
	أخبار الرياضة	٦	١٠٠			٥	٨٣	١	١٦	٥	٨٣	٣	٥٠	٥	٨٣	١			
	أخبار النجوم	٥	١٠٠			٥	١٠٠			٥	١٠٠	٤	٨٠	٥	١٠٠				
	أخبار الأدب	٥	١٠٠			٥	١٠٠			٥	١٠٠	٤	٨٠	٥	١٠٠				
	الأهلي	٣	١٠٠			٣	١٠٠			٣	١٠٠	٢	٦٦	٢	٦٦	١	٣٣		
الأهرام	نصف الدنيا	٤	١٠٠	٤	١٠٠	٤	١٠٠			٤	١٠٠	٣	٧٥	٣	٧٥	١	٢٥		
	الرياضي	٦	١٠٠			٦	١٠٠			٥	٨٣	٤	٦٦	٤	٦٦	٢	٣٣		
	الاقتصادي	٦	١٠٠			٦	١٠٠			٥	٨٣	٤	٦٦	٤	٦٦	٢	٣٣		
دار التحرير	عقيدتي	٥	١٠٠			٥	١٠٠			٥	١٠٠	٤	٨٠	٤	٨٠	١	٢٠		
	النصر	٣	١٠٠			٣	١٠٠			٢	٦٦	٢	٦٦	٣	١٠٠				
	الزمالك	٢	١٠٠			٢	١٠٠			٢	١٠٠	١	٥٠	١	٥٠	١	٥٠		

** بدراسة الجدول السابق يتضح لنا:-

(١) لم نــر الصحف المتخصصة في مصر حتي الان تصدر بصفة يومية، ولكنها تصدر علي الأقل أسبوعية ولذلك وافق جميع سكرتيري التحرير علي تباعد الإصدار في صحفهم.

ومن المعروف أن مشكلة الإصدار تكمن في سرعة التحرير والتصميم مما لا يعطي الفرصة الأفضل لتجهيز موضوعات ذات عمق إلا من خلال موضوعات أو حملات تعد لها هذه الصحف، أما الصحف المتخصصة فإن الوقت متسع أمام محرريها وسكرتيري تحريرها لكي يعدوا موضوعاتهم ويصمموها بشكل أكثر تناسبا وتوافقا من حيث استخدام عناصر الموضوع من ألوان (حادة أو مركبة) وصور ورسوم وعناوين وفواصل تقليدية (إطارات ، جداول، فواصل)، وفواصل حديثة (بياض - عناوين - صور - أرضيات).

ولذلك رأي سكرتيروا التحرير في جميع مفردات البحث أن تباعد الإصدار له تأثير إيجابي فــهو يساعد علي تقديم تصميم جيد للموضوع فيما عدا أحد سكرتيري تحرير أخبار الرياضة* الذي أكد أنه لا يتأثر في تصميمه بعامل الوقت حيث أنه كما هو مدون في بياناته الأساسية بصحيفة البحث التي أجاب عليها أنه يعمل في نفس الوقت في أكثر من صحيفة*، وان ذلك العمل يعد احتراف للمهنة التي لا تتأثر بعوامل أخري مثل تباعد الإصدار أو اختلاف سياسات التحرير أو التخصص(١٢).

(٢) وحول الإجابة عن كيفية الإصدار مع وجود التصميم أكدت عناصر الدراسة علي النقاط التالية:-

أ - كلما زادت مساحة الوقت زادت مساحة التفكير في اضافة عناصر جديدة.

ب- يؤدي تباعد الإصدار إلي استخدام الأسلوب الأمثل.

(٣) وعلي الرغم من أن التصميم الأساسي يرتبط بشكل وثيق بالسياسة التحريرية الأساسية، وعلي الرغم من عدم اشتراك رئيس التحرير ومعاونيه في هذه العملية، بقدر اشتراك المصمم أو المشرف الفني وسكرتير التحرير ، إلا أن مسئولية رئيس التحرير - الذي لابد وأن تكون لديه فكرة جيدة واضحة عن هدف المجلة وغرضها ورسالتها- أن ينقل هذه الفكرة إلي المسئولين عن وضع التصميم الأساسي للمجلة(١٣).

إلا أن علي الرغم من ذلك فإن سكرتيري تحرير الدراسة أكدوا علي عدم اكتفاء رئيس التحرير بوضع الأفكار العامة لسياسة التحرير ولكنه يتدخل في شكل تصميم الموضوعات فيما عدا أعداد ضعيفة رأت أنه لا يتدخل خاصة أخبار الحوادث والأهرام الرياضي والأهرام الإقتصادي.

جدول رقم (٧)

يوضح الآثار الايجابية والسلبية للثوابت على تصميم الصحف المتخصصة

المحاور / المجلات		أثر استخدام الثوابت فى يسر التصميم												أشكال سلبيات الثوابت على التصميم					
		مدى استخدام الثوابت				تأثير الثوابت على تحقيق يسر التصميم				التعود على شكل ثابت		عدم الحاجة الى التجديد المستمر		تقليل الابتكار والابداع		رتابة الشكل تؤدى للملل		تأخذ حيز من مساحة الموضوع	
		نعم		لا		نعم		لا											
المؤسسة	المجلة	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أخبار اليوم	أخبار الحوادث	٣	٦٠			٣	٦٠			٣	٦٠			٢	٤٠	٢	٤٠	٢	٤٠
	أخبار الرياضة	٤	٦٦			٤	٦٦			٣	٥٠			٢	٣٣	٢	٣٣	٢	٣٣
	أخبار النجوم	٤	٨٠			٤	٨٠			٣	٦٠			١	٢٠	١	٢٠	١	٢٠
	أخبار الأدب	٥	١٠٠			٥	١٠٠			٣	٦٠								
	الأهالى	٢	٦٦			٢	٦٦			٢	٦٦			١	٣٣	١	٣٣	١	٣٣
الأهرام	نصف الدنيا	٣	٧٥			٣	٧٥			٢	٥٠			٢	٥٠	٢	٥٠	٢	٥٠
	الرياضى	٤	٦٦			٤	٦٦			٢	٣٣			٢	٣٣	٢	٣٣	٢	٣٣
	الاقتصادى	٥	٨٣			٤	٦٦			٢	٣٣			١	١٦	١	١٦	١	١٦
دار التحرير	عقيدتى	٥	١٠٠			٤	٨٠			٢	٤٠								
	النصر	٢	٦٦			٢	٦٦			١	٣٣			١	٣٣	١	٣٣	١	٣٣
	الزمالك	١	٥٠			١	٥٠			١	٥٠			١	٥٠	١	٥٠	١	٥٠

*** بدراسة الجدول السابق يتضح الاتي:-

(١) تميل نسبة كبيرة من سكرتيري التحرير إلي عمل موتيفات أو أشكال معبرة كثوابت إما لإسم الصحيفة أو لأبوابها المختلفة ولذلك أجابت نسبة عالية بلغت ١٠٠٪ في صحيفتي الأدب وعقيدتي كما بلغت نسبة ٨٣٪ في الأهرام الإقتصادي ، بأنها تستخدم ثوابت (كرسم شعار) في تبويب موضوعاتها وقد يكون خلف هذه النسب المرتفعة أن هذه النوعية من الصحف يقل فيها استخدام الصور، مما يجعل سكرتير التحرير يعوض ذلك باستخدام الثوابت وان كانت أيضا قد ارتفعت النسبة في أخبار الرياضة وأخبار النجوم والأهرام الرياضي وهي تزخر بالصور بحكم طبيعة موضوعاتها.

(٢) وقد رأت المجموعة التي وافقت علي استخدامها للثوابت علي أن الثوابت مفيده لها من ناحية التصميم حيث رأت أن ذلك يساعد علي التعود علي شكل شبه ثابت فيتعود القارئ علي التبويب وعلي فهم اتجاه المحتوي الذي ينخرط أسفل الموتيفة.

(٣) أما المجموعة التي لم تر أهمية تذكر لإستخدام الثوابت بل رأت أنها ضارة علي التصميم كما يلي:-

أ - تقلل من الإبداع لدي سكرتير التحرير.

ب- رتابة الشكل تخلق الملل عند القارئ وذلك عيبا تصميميا.

جـ- الثوابت تأخذ حيز من المساحة.

جدول رقم (٨)

يوضح تأثير الاعلان على تصميم الصحف المتخصصة

المؤسسة	المجلة	مدى الالتزام بتصميم الاعلان مع مضمون الموضوع				تصميم [illegible] الاعلان				عرض تصميم الاعلان بطريقة على [illegible] التصميم				مدى تأثير تصميم الاعلان على تصميم الموضوع			
		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا		نعم		لا	
		ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أخبار اليوم	أخبار الحوادث	٤	٤٠	٣	٦٠	٣	٦٠	٤	٤٠	٤	٨٠	١	٤٠	٥	١٠٠		
أخبار اليوم	أخبار الرياضة	٢	٣٣	٤	٦٦	٣	٥٠	٣	٥٠	٥	٨٣	١	١٦	٥	٨٣	١	١٦
أخبار اليوم	أخبار النجوم	٣	٦٠	٢	٤٠	٣	٦٠	٢	٤٠	٤	٨٠	١	٢٠	٥	١٠٠		
أخبار اليوم	أخبار الأدب	٤	٤٠	٣	٦٠	١	٢٠	١	٨٠	٣	٦٠	٢	٤٠	٥	١٠٠		
أخبار اليوم	الأهلي	١	٣٣	٢	٦٦	٣	١٠٠	٣		٣	١٠٠			٣	١٠٠		
الأهرام	نصف الدنيا	٤	٥٠	٤	٥٠	٢	٥٠	٤	٥٠	٢	٥٠	٢	٥٠	٤	١٠٠		
الأهرام	الرياضي	١	٣٣	٤	٦٦	٤	٣٣	١	٦٦	٣	٥٠	٣	٥٠	٥	٨٣	١	١٦
الأهرام	الاقتصادي	٢	٣٣	٤	٦٦	٢	٣٣	٤	٦٦	٣	٥٠	٣	٥٠	٦	١٠٠		
دار التحرير	[illegible]	١	١٠	٤	٨٠	١	٢٠	٤	٨٠	٣	٦٠	٢	٤٠	٥	١٠٠		
دار التحرير	النصر			٣	١٠٠	٣	١٠٠			٣	١٠٠			٣	١٠٠		
دار التحرير	الزمالك	١	٥٠	١	٥٠	٢	١٠٠			٢	١٠٠			٢	١٠٠		

المؤسسة	المجلة	مدى تأثير الاعلان على تصميم الموضوع								تفادي مضايقات الاعلان							
		تحقيق الربح المادي من الصور والرسوم		تحقيق الربح المادي من الألوان		تحقيق الربح المادي من العناوين		تحقيق الربح المادي من الارضيات		زيادة نسبة البياض		استخدام ألوان الموضوع المجاور		الفصل بالصور والرسوم		استخدام ارضيات متباينة	
		ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أخبار اليوم	أخبار الحوادث	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠
أخبار اليوم	أخبار الرياضة	٥	٨٣	٥	٨٣	٥	٨٣	٥	٨٣	٥	٨٣	٥	٨٣	٥	٨٣	٥	٨٣
أخبار اليوم	أخبار النجوم	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠
أخبار اليوم	أخبار الأدب	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠
أخبار اليوم	الأهلي	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠
الأهرام	نصف الدنيا	٤	١٠٠	٤	١٠٠	٤	١٠٠	٤	١٠٠	٤	١٠٠	٤	١٠٠	٤	١٠٠	٤	١٠٠
الأهرام	الرياضي	٥	٨١	٥	٨٣	٥	٨٣	٥	٨٣	٥	٨٣	٥	٨٣	٥	٨٣	٥	٨٣
الأهرام	الاقتصادي	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠
دار التحرير	[illegible]	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠
دار التحرير	النصر	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠
دار التحرير	الزمالك	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠

** بدراسة الجدول السابق يتضح الاتي:

(١) إذا كان الإعلان هو شريان الحياة بالنسبة للصحيفة نظرا للعائد المادي الذي يدره علي خزينة الصحيفة ، إلا أنه يأخـذ مساحة كبيرة من البياض الذي هو في واقع الأمـر مضمونا اعلاميا كان ينبغي توجيهه لقاريء الصحيفة وعلي الرغم من مزاحمته للمادة التحريرية إلا أننا لا ننكر أنه يسهم في تحقيق بعض الأهداف الإجتماعية عن طريق معالجة بعض المشكلات الإجتماعية في المجتمع في مرحلة نموه، وذلك عن طريق البرامج الإعلانية الصحيحة حيث يقوم اعلام فئات الشعب بالمشروعات الجديدة التي تنشأ والمصانع الجديدة(١٤).

بينما يري الدكتور مختار التهامي أن الإعلان يمكن أن يستخدم لإحداث تأثير سلبي في الرأي العام عن طريق زعزعة ثقة المواطنين في حكوماتهم أو مجتمعاتهم(١٥).

ويقول الدكتور ابراهيم امام(١٦): "أن الإعلان الصحفي عبارة عن مزيج من الكلمة والصورة والعنوان والرسم واللون حيث تتضافر جميعا بطريقة فعالة لإبلاغ الرسالة إلي القاريء.

كما أن احدي الدراسات التجريبيةأثبتت أن الإعلانات التي تلي مادة تحريرية هامة أو تتخللها تزيد من درجة جذب الإنتباه الي الإعلان ومشاهدته، فكلما كانت المادة التحريرية تحظي بدرجة كبيرة من اهتمام القراء بحيث تجذبهم الي قراءتها كلها أو بعضها كلما أعطي

الفرصة للإعلانات المنشورة بجوارها أو التي تتخللها الصفحات التي تشغلها لجذب انتباه القراء بنسبة عالية لأن القاريء سيركز تفكيره في الحيز أو الصفحة أو مجموعة الصفحات التي يشغلها الموضوع وبالتالي يدخل في دائرة تركيز الإعلان ، أو مجموعة الإعلانات المنشورة مع الموضوع فتحقق بذلك نسبة عالية من التذكر لمثل هذه الإعلانات(١٧).

وفي ضوء الحقيقة العلمية لهذه الدراسة التجريبية، فإن الإعلان أصبح محملا علي الجانب التحريري، وأصبح نظرا لإمكانياته في استخدام العناصر التيبوغرافية الثقيلة كالصور والرسوم والعناوين والألوان، فإنه يؤثر علي عين القاريء فيجعلها في أحيان كثيرة تزيغ نحوه من ناحية، ومن ناحية ثانية يقلل القيمة الإعلامية للمناطق المجاورة له ، ولذلك ونظرا لأنه لا مناص من ظهور الإعلانات إلي جوار المادة الإعلامية التحريرية ، ينبغي أن نذهب الي ما ذهبت اليه الدكتورة جيهان رشتي عندما أكدت علي أننا نتصل كي نؤثر ، ويصبح لنا صوت بالطريقة التي تدار بها الأمور فنحن نتصل لنؤثر ، ونؤثر بهدف(١٨).

ولذلك فإنه من الضرورة بمكان أن يكون هناك اتساق بمعني عدم التناقض بين مضامين أشكال التحرير الصحفي من ناحية وبين الرسائل الإعلانية الصحفية من ناحية أخري(١٩).

وعنـــدما توجـهنا لسؤال سكرتيري تحرير الصحف المتخصصة عن مدي اتفاق مضمون اعلانات صحفهم مع مضمون موضوعاتهم أكدت النسبة الأعلي أن الإعلانات لا تتفق مع المضامين التي يقومون بتصميمها بينما رأت نسبة أقل منهم أن هنـاك اعلانات تتفـق مع مضامين الموضوعات وقد برز ذلك أكثر في سكرتيري تحرير أخبار النجوم.

(٢) ومن الظواهر الإيجابية في الصحف المتخصصة أن نسبة عالية في جميع مفردات البحث ، أكدت أن سكرتيري تحرير هذه الصحف تقوم بتصميم الإعلانات لصحفها فيما عدا صحيفتي أخبار الأدب وعقيدتي ، وذلك بالقطع اتجاه ايجابي يجعل سكرتير التحرير مدركا لتصميم الموضوعات الإعلامية بشكل يسمح بتحقيق الجاذبية لـــها في ظل الإعلانات المجاورة.

وان كانت منهم نسبة لا يستهان بها لا تقوم بتصميم الإعلانات المجاوره للموضوعات.

(٣) ومن الظواهر الإيجابية أيضا عرض تصميم الإعلان علي سكرتيري تحرير هذه الصحف مما يعطي الفرصة لتعديل أوضاعهم في أسلوب التصميم للمستوي اعلامي من حيث توزيع الأثقال ومراعاة التجاور بينهما حيث أكدت نسبة عالية علي أنه يعرض عليها تصميم الإعلانات مقابل نسبة أقل.

(٤) وقد أكدت نسبة تصل الي ١٠٠٪ من سكرتيري التحرير علي أن تصميم الإعلانات تؤثر علي تصميم موضوعاتهم فيما عدا نسبة ٨٣٪ لكل من الأهرام الرياضي وأخبار الرياضة. وقد رأت هذه المجموعة أن أهم أشكال تأثير الإعلان كما يلي:-

أ - أن صور الإعلان ورسومه تقلل جذب الإنتباه لمتن الموضوع .

ب- أن ألوان الإعلان تقلل جذب الإنتباه للموضوع المجاور.

جـ- أن العناوين المستخدمة في الإعلان تقلل جذب الإنتباه للموضوع المجاور.

د - أن الأرضيات المستخدمة في الإعلان تقلل جذب الإنتباه للموضوع المجاور.

(٥) وحول تصور الطرق التي يستخدمها سكرتير التحرير لتفادي مضايقات الإعلان عند تصميم موضوعاته، اتفقت العينة علي العوامل التالية:-

أ - زيادة نسبة البياض بين الإعلان والموضوع المجاور.

ب- استخدام درجة الكثافة السوداء للأعمدة المجاورة للإعلان.

جـ- استخدام الصور كفاصل مع الإعلان.

د- استخدام أرضيات متباينة.

(٦) وبالنظر إلي ذلك نجد أن:

أ - أن زيادة نسبة البياض تقلل من المادة التحريرية، كما

أنـها

اجراء بصري مطلوب بقدر ولكنه ان زاد عن حده أعطي
تأثيرا غير ايجابي.

ب- استخدام الحرف الأسود يخل بمبدأ التصميم في ضوء

قيمة

المضمون، لأن الحرف الأسود يعطي دلالة الأهمية.

جـ- الإكثار من الأرضيات يدخلنا في اطار التصميم المبهرج
الذي يشبه (مهرج السيرك) حيث يصبح كل جزء في
الصفحة وكأنه منفصل عن الاخر، بالإضافة الي الإرهاق
البصري الناتج عن مواصلة القراء للمادة المنشورة علي
أرضيات، إذا كان المتن من بنط صغير.

جدول رقم (١)

يوضح الاتجاه نحو تصميم الاعلان والورق

المؤسسة	المجاور / المجلات	تفضيل تصميم محدد للاعلان المجاور				التصميم المناسب للاعلان المجاور للتحرير								علاقة الورق بالتصميم											
		نعم		لا		تقليل شمك الرواز المحيط		عدم التركيز على كل		عدم اللجوء لاسلوب		عدم استخدام تصميم		مدى توصيل الورق للتصميم نعم		مدى توصيل الورق للتصميم لا		الجودة تعطى ألوان أفضل		الجودة تعطى صورا أفضل		الجودة تعطى وضوح المتن		الجودة تساعد العين على سرعة التقاط التصميم	
المؤسسة	المجلة	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أخبار اليوم	أخبار الحوادث	٥	١٠٠			٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠			٥	١٠٠			٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠
	أخبار الرياضة	٦	١٠٠			٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠			٦	١٠٠			٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠
	أخبار النجوم	٥	١٠٠			٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠			٥	١٠٠			٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠
	أخبار الأدب	٥	١٠٠			٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠			٥	١٠٠			٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠
	الأهلى	٣	١٠٠			٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠			٣	١٠٠			٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠
الأهرام	نصف الدنيا	٤	١٠٠			٤	١٠٠	٤	١٠٠	٤	١٠٠			٤	١٠٠			٤	١٠٠	٤	١٠٠	٤	١٠٠	٤	١٠٠
	الرياضى	٦	١٠٠			٦	١٠٠	٦	١٠٠	٤	١٠٠			٦	١٠٠			٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠
	الاقتصادى	٦	١٠٠			٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠			٦	١٠٠			٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠
دار التحرير	مقيدحى	٥	١٠٠			٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠			٥	١٠٠			٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠
	النصر	٣	١٠٠			٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠			٣	١٠٠			٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠
	الزمالك	٢	١٠٠			٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠			٢	١٠٠			٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠

*** بدراسة الجدول السابق يتضح لنا ما يلي:-

(١) أجمع سكرتيري التحرير أن هناك تصميما معينا يفضلونه للإعلان.

(٢) وكانت أهم ملامح التصميم الذي يرغبونه في الإعلان المجاور لموضوعاتهم الإعلامية ما يلي:-

أ - تقليل سمك البراويز المحيطة بالإعلان، بالإضافة إلي الإبتعاد عن استخدام الفواصل المزركشة بشكل جاذب وملفت للإنتباه.

ب- عدم استخدام كل العناصر التيبوغرافية الثقيلة من صور ورسوم وعناوين وألوان وأرضيات مرة واحدة.

جـ- كثيرا ما نـري اعلانا يقطع مسلسلا ، أو مادة تحظي بكثافة مشاهدة في التليفزيون أو يظهر علي جانب من الشاشة أثناء الحدث نفسه ، ان ذلك عندما يحدث في الصحافة ، بمعني أن يتخلل المضمون الإعلامي مادة اعــلانية ، فإننا نسمي ذلك بأسلوب الجزر، وذلك ما رفضه تماما سكرتيروا التحرير.

د - وعندما تزيد الإعلانات فقد يتفتق ذهن مصممها إلي وضعها علي هيئة بئر المياه ، حيث يكون سور البـئر هـو الإعلانات والماء المحصور بداخله هو المضمون

الإعلامي وهي مسألة في غاية الصعوبة علي سكرتير التحرير أثناء قيامه بالتصميم لأنـه محاصر بإعـلانات ، وهي صعـبة أيضا علي عـين القارئ التي ان أرادت الوصول إلي المادة التحريرية ، فلا بد أن تصل اليـها عن طـريق عـبور جـسور اعـلانـات المحاصرة لهذا المضمون ولذلك ينصح سكرتيروا التحرير بالإبتعاد عن أسلوب البئر الذي يشيع استخدامه.

(٣) يشكل الورق عنصرا أساسيا في العملية الطباعية ، حيث يعد أحد الركائز التي يمكن أن تظهر جهد سكرتير التحرير أو تخفيه ، وله أنواع عديدة منها:-

أ - ورق الجرائد "Newsprint".

وهو ورق رخيص يصنع من الشجر الحسن ، ويستخدم في طباعة الجرائد والمجلات ونظرا لضعف هذا النوع تستعمل الجرائد والمجلات نوعـا مـن ورق الجرائد يناسب الحصول علي كليشيهات شبكية خشنة .

ب- ورق الكتاب "Book papers".

وله عدة أنوع وتشطيبات مختلفة ويصلح لطباعة الكتب والمجلات والكتالوجات حيث يتألف من أفرخ ناعمة ومنه نوع الـورق المشطب آليا ،والورق البالغ الصقل والمصقول اللامع والورق الأوفست.

جـ- أنواع الورق في السوق المصرية ومنها الجورنال والاتينيه وورق الطبع الأبيض والأزوريه والكوشيه.

ومن الواضح أن نوع الورق ينبغي أن يتلاءم مع نوع الطباعة التي تناسبه واعتبارات التصميم(١٢).

وفي ضوء ذلك نجد سكرتير التحرير عندما يقرر استخدام ألوان في التصميم فإن نوع الورق سوف يحكمه وكلما زاد الشعاع الناتج عن درجة بياض الورق كلما ساعد ذلك علي استخدام حجم أصغر من حروف الطباعة لأن التباين بين الشكل والأرضية سوف يكون أكثر وضوحا. ولذلك عندما سألنا سكرتيري التحرير عن وجود علاقة بين نوع الورق وتسهيل مهمة سكرتير التحرير في التصميم أجمعوا علي الإجابة بنعم.

(٤) وكانت أسبابهم في ذلك ما يلي:

أ- أن جودة الورق تعطي نتيجة أفضل عند استخدام الألوان.

ب- أن جودة الورق تساعد علي ظهور صورة أكثر وضوحا.

جـ- أن جودة الورق تساعد علي وضوح المتن.

د - أن جودة الورق تساعد علي سرعة التقاط العين للتصميم.

جدول رقم (١٠)

يوضح الاتجاه نحو العنصر التيبوغرافي المناسب ونوع الخط

المؤسسة	المجلة	العنوان ك	العنوان %	الصور ك	الصور %	الرسوم ك	الرسوم %	الألوان ك	الألوان %	الأرضيات ك	الأرضيات %	الفواصل ك	الفواصل %	الحروف ك	الحروف %	نسخ ك	نسخ %	كوفي ك	كوفي %	رقعة ك	رقعة %	هندسي ك	هندسي %	ثلث ك	ثلث %	حر ك	حر %	كمبيوتر ك	كمبيوتر %
أخبار اليوم	أخبار الحوادث	٤	٨٠	٣	٦٠	١	٢٠	٢	٤٠	٢	٤٠	١	٢٠	١	٢٠	٤	٨٠			٤	٨٠					٤	٨٠	٤	٨٠
	أخبار الرياضة	٥	٨٣	٦	١٠٠	١	١٦	٥	٨٣	٣	٥٠	٢	٨٣	١	١٦	٣	٥٠			٥	٨٣	٥	٨٣			٥	٨٣	٥	٨٣
	أخبار النجوم	٤	٨٠	٥	١٠٠	٢	٤٠	٥	١٠٠	٢	٤٠	١	٢٠	١	٢٠	٣	٦٠									٥	١٠٠	٥	١٠٠
	أخبار الأدب	٥	١٠٠	٣	٦٠	٢	٤٠	٢	٤٠	١	٢٠	١	٢٠	١	٢٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠					٥	١٠٠	٥	١٠٠
	الأ[illegible]	٢	٦٦	٣	١٠٠	١	٣٣	٣	١٠٠	١	٣٣	١	٣٣	١	٣٣	٣	١٠٠			٣	١٠٠	٣	١٠٠			٣	١٠٠	٣	١٠٠
الأهرام	نصف الدنيا	٣	٧٥	٤	١٠٠	١	٢٥	٤	١٠٠	٢	٥٠	١	٢٥	١	٢٥	٤	١٠٠	٣	٧٥	٢	٥٠	٣	٧٥			٤	١٠٠	٤	١٠٠
	الرياضي	٥	٨٣	٦	١٠٠	٢	٣٣	٦	١٠٠	٢	٣٣	٢	٣٣	١	١٦	٦	١٠٠	٦	١٠٠			٦	١٠٠			٦	١٠٠	٦	١٠٠
	الاقتصادي	٦	١٠٠	٤	٦٦	٣	٥٠	٢	٣٣	٣	٥٠	٣	٥٠	١	١٦	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠					٦	١٠٠	٦	١٠٠
دار التحرير	[illegible]	٥	١٠٠	١	٢٠	١	٢٠	١	٢٠	٣	٦٠	٣	٦٠	١	٢٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠							٥	١٠٠
	[illegible]	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٢	٦٦	٣	١٠٠	٢	٦٦	١	٣٣	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠							٢	٦٦
	الزمالك	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	١	٥٠	١	٥٠	١	٥٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠			٢	١٠٠	٢	١٠٠

Column groups: أفضلية استخدام عناصر تيبوغرافية (العنوان، الصور، الرسوم، الألوان، الأرضيات، الفواصل، الحروف); أشكال الخط المناسب (نسخ، كوفي، رقعة، هندسي، ثلث، حر، كمبيوتر). Header corner: المحاور / المجلات.

*** بدراسة الجدول السابق يتضح الاتي:

(١) أن سكرتير تحرير أخبار الحوادث فضل العنوان ثم الصور ثم الألوان ثم الأرضيات ثم تساوت بعد ذلك لديه أهمية الرسوم والفواصل والحروف.

(٢) وفي مجال أنواع الخطوط فقد فضل بنسبة واحدة استخدام خطوط النسخ والكمبيوتر والخطوط الحرة.

(٣) أما سكرتير تحرير أخبار الرياضة فقد احتلت الصورة لديه النسبة الأولي تلاها بالتساوي العنوان والألوان ثم الأرضيات ثم الفواصل ثم الرسوم والحروف.

(٤) أما في مجال اختيار الخطوط المناسبة فقد اختار بدرجة واحدة بلغت ٨٣٪ كل من الخط الهندسي والرقعة والحر وخطوط الكمبيوتر.

(٥) أما سكرتير تحرير أخبار النجوم فقد فضل الصور والألوان بدرجة واحدة ثم العناوين ثم كل من الرسوم والأرضيات ثم الفواصل والحروف.

(٦) وفي مجال اختيار الخطوط فقد اقتصر بنسبة ١٠٠٪ علي استخدام انتاج خطوط الكمبيوتر والخط الحر.

(٧) أما سكرتير تحرير أخبار الأدب فقد برز العنوان لديه بنسبة ١٠٠٪ تلاها الصور ثم الرسوم والألوان ثم الأرضيات والفواصل والحروف.

(٨) وفي مجال الخطوط التي يفضل استخدامها فكانت خطوط النسخ والكوفي والرقعة والحر والكمبيوتر.

(٩) أما سكرتير تحرير الأهلي فقد فضل استخدام الصور والألوان بنسبة ١٠٠٪ ثم العنوان ثم الأرضيات والفواصل والحروف.

(١٠) وفي مجال انتاج الخطوط المفضلة كان بسبة ١٠٠٪ لكل من النسخ والرقعة والهندسي والحر وخطوط الكمبيوتر.

(١١) أما سكرتير تحرير نصف الدنيا فقد فضل الصور والألوان ثم العنوان ثم الأرضيات ثم الرسوم والفواصل والحروف.

(١٢) وقد فضل خطوط الكمبيوتر والحر والنسخ بنسبة ٨٣٪ بينما جاءت بعدهم خطوط الكوفي والهندسي وأخيرا الرقعة.

(١٣) أما سكرتير تحرير الأهرام الرياضي فقد فضل بنسبة ١٠٠٪ كل من عنصري الصور والألوان مقابل نسبة ٨٣٪ لعنصر العنوان ، ثم تساوت بعد ذلك الرسوم والأرضيات والفواصل وأخيرا الحروف.

(١٤) فضل سكرتير تحرير الأهرام الرياضي في مجال تنوع الخطوط أكثر من شكل فاختار بنسبة ١٠٠٪ كل من النسخ والكوفي والهندسي والحر والكمبيوتر.

(١٥) أما بالنسبة للأهرام الإقتصادي فقد برزت العناوين فيه كأهم عنصر ثم كل من الرسوم والأرضيات والفواصل ثم الصور والألوان ثم الحروف.

(١٦) أما في مجال اختياره لأنواع الخطوط فقد كانت أيضا بنسبة ١٠٠٪ حيث فضل خط النسخ والرقعة والكوفي والحر والكمبيوتر.

(١٧) بالنسبة لصحيفة عقيدتي لصحيفة عقيدتي فقد فضل سكرتير تحريرها استخدام عنصر العنوان كأهم عنصر لديه ثم الأرضيات والفواصل ثم الصور والأرضيات والألوان ثم الحروف.

(١٨) كما أكدت علي استخدامها لخط النسخ والرقعة والكوفي والكمبيوتر.

(١٩) أما سكرتير تحرير النصر فقد فضل بنسبة ١٠٠٪ كل من العناوين والصور والألوان ثم بعد ذلك كانت الرسوم والأرضيات والفواصل ثم الحروف.

(٢٠) وفي مجال الخطوط فقد فضل بنسبة ١٠٠٪ أيضا خطوط النسخ والرقعة والكوفي والكمبيوتر.

(٢١) أما سكرتير الزمالك فقد اختار العناوين والصور والرسوم والألوان بنسبة ١٠٠٪ مقابل ٥٠٪ لكل من الأرضيات والفواصل والحروف.

(٢٢) وفي مجال الخطوط فأكد أنه يفضل استخدام النسخ والكوفي والرقعة والهندسي والكمبيوتر والحر.

ومن ملاحظة الجدول السابق نكشف ما يلي أيضا:-
(١) أن المجلات الرياضية والفنية والمرأة اهتمت بالتركيز علي الصور والألوان وذلك بما تشكله من قيمة لديها.

(٢) أن صحف الأدب وعقيدتي والأهرام الإقتصادي برز فيها العنوان كأهم عنصر تيبوغرافي بالإضافة الي تقدم الحاجة للرسوم عن غير ذلك من الصحف المشار اليها.

وقد يكون ذلك بسبب نقص الصور، في هذه النوعية من الصحف المتخصصة.

جدول رقم (١١)

يوضح الاتجاه نحو أهمية العناوين في تصميم الصحف المتخصصة

المحاور / المجلات		مدى مساعدة العنوان في التصميم				أشكال مساعدة العنوان في التصميم												أنواع العناوين المستخدمة							
		نعم		لا		أول شئ تطالعه العين		لأنه يخلق توازن في الصفحة		اختلاف اتجاهه تحقق الجاذبية		حجمه يعكس أهمية الموضوع		زيادة البياض من زيادة العناوين		استخدام عناوين على أشكال مختلفة		اخباري		تفسيري		استفهامي		تعجبي	
المؤسسة	المجلة	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أخبار اليوم	أخبار الحوادث	٥	١٠٠			٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٤	٨٠	١	١٠	٢	٤٠	٣	٦٠
	أخبار الرياضة	٦	١٠٠			٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٥	٨٢			١	١٦	٤	٦٦
	أخبار النجوم	٥	١٠٠			٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٣	٦٠			٣	٦٠	٣	٦٠
	أخبار الأدب	٥	١٠٠	٥		٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٢	٤٠	٤	٨٠	١	٢٠	١	٢٠
	الأهالي	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٢	٦٦	٣	١٠٠	١	٣٣	٢	٦٦
الأهرام	نصف الدنيا	٤	١٠٠			٤	١٠٠	٤	١٠٠	٤	١٠٠	٤	١٠٠	٤	١٠٠	٤	١٠٠	١	٢٥	٤	١٠٠	٢	٥٠	٢	٥٠
	الرياضي	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٥	٨٢	٢	٣٣	١	١٦	٣	٥٠
	الاقتصادي	٦	١٠٠			٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٢	٣٣	٤	٦٦	١	١٦	٢	٣٣
دار التحرير	عقيدتي	٥	١٠٠			٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠			٥	١٠٠	٢	٤٠	٣	٦٠
	التحرير	٣	١٠٠			٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	١	٣٣	٢	٦٦	١	٣٣	١	٣٣
	الرسالة	٢	١٠٠			٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	١	٥٠	١	٥٠	٢	١٠٠

**بدراسة الجدول السابق يتضح الاتي:

(١) أن العنوان أحد العناصر التيبوغرافية الهامة التي تساعد سكرتير التحرير في تصميم موضوعاته ولذلك نسبة ١٠٠٪ من العينة علي أنه أداة مساعدة في التصميم.

(٢) ومن أشكال مساعدة العنوان في التصميم ما يلي:-

أ - أن العنوان أول شيء تطالعه عين القارئ وهنا تكمن أهميته كمفتاح للموضوع ، وفهمه ، والإستمرار فيه ، حسب القيمة المستنبطة من فهم العنوان.

ب- أن العنوان يخلق توازن في اصفحة وذلك من خلال وضعه في الصفحة بمقابلة عنوان آخر أو أي ثقل آخر سواء كان صورة أو رسم أو لون أو أرضية.

جـ- أن الإختلاف في أحجام العناوين عند التصميم يعطي جذبا للموضوع، حيث أن لدينا عنوان تمهيدي وعنوان رئيسي وعنوان ثانوي وعناوين فرعية وكلها تأخذ أحجام مختلفة تساعد علي التقاط المضمون وخلخلة الرتابة والملل.

د - أن الحجم الذي يقره سكرتير التحرير لعناوينه ، تقـرر مدي الأهمية الكامنة خلف موضوع العنوان.

هـ- كلما زاد حجم العنوان زادت نسب البياض حوله مما يعتبر متنفسا لعين القارىء داخل صفحة مليئة بأنهر رمادية من خلال المتن.

و - تصميم العناوين علي أرضيات وإعطائها أشكال أخري يساعد علي التنوع ، والتعويض عن بقية العناصر التيبوغرافية ، مثل الصور.

(٣) بالنسبة لأنواع العناوين المستخدمة حسب رؤية المصمم واتجاه التخصص نجد أن أخبار الحوادث اختارت العنوان الإخباري ثم التعجبي ثم الإستفهامي ثم التفسيري.

(٤) اختارت أخبار الرياضة الإخباري ثم التعجبي ثم الإستفهامي فقط.

(٥) اختارت أخبار النجوم بنسب متساوية عناوين التعجب والإستفهام والإخبار.

(٦) اختار سكرتير تحرير أخبار الأدب العنوان التفسيري ثم الإخباري ثم الإستفهامي والتعجبي.

(٧) أما سكرتير تحرير الأهلي فقد اهتم بالعنوان التفسيري ثم الإخباري والتعجبي وبعد ذلك الإستفهامي.

(٨) اختار سكرتير تحرير نصف الدنيا العنوان الشارح التفسيري ثم الإستفهامي والتعجبي ثم الإخباري.

(٩) أما سكرتير تحرير الأهرام الرياضي فقد فضل استخدام الإخباري ثم التعجبي ثم التفسيري ثم الإستفهامي.

(١٠) أما سكرتير تحرير الأهرام الإقتصادي فإن عناوينه التي يفضل تصميمها تكون من النوع التفسيري الشارح ثم التعجبي والإخباري ثم الإستفهامي.

(١١) أما بالنسبة لسكرتير تحرير صحيفة عقيدتي فإن عناوينه كانت من النوع التفسيري ثم التعجبي ثم الإستفهامي.

(١٢) اختار سكرتير تحرير النصر العنوان الشارع التفسيري ثم تساوي الإخباري والإستفهامي والتعجبي.

(١٣) أما سكرتير تحرير مجلة الزمالك فقد أكد علي العناوين التعجبي والإخباري ثم التفسيري والإستفهامي.

(١٤) ومن الملاحظ علي هذه البيانات أن أنواع عناوين صحف أخبار الأدب ونصف الدنيا والأهرام الإقتصادي وعقيدتي والنصر قد مالت إلي استخدام العنوان الشارح التفسيري، وهو في الأغلب يحتاج إلي تفسير قصة خبرية مما يستوجب عدد أكبر من الكلمات في العنوان

مما يؤثر علي التصميم الجيد بينما يكون العنوان الإخباري والتعجبي الذي اهتمت به بقية الصحف أقل عددا فيمكن سكرتير التحرير من التكبير في حجم عناوينه واستخدامات اشارات دالة علي العنوان بشكل أفضل.

جدول رقم (١٢)

يوضح الاتجاه نحو استخدام الصور فى تصميم الصحف المتخصصة

المحاور / المجلات		مدى مساهمة الصور فى التصميم				أشكال مساهمة الصور فى التصميم								أنواع الصور المستخدمة					
		نعم		لا		تحقيق التوازن		تحقيق الجاذبية للعين		خلق مساحات بياض		عمل توازن مع العناوين		خبرية		جمالية		توضيحية	
المؤسسة	المجلة	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أخبار اليوم	أخبار الحوادث	٥	١٠٠			٥	١٠٠	٥	١٠٠	٢	٤٠	٢	٤٠	١	٢٠			٤	٨٠
	أخبار الرياضة	٦	١٠٠			٦	١٠٠	٦	١٠٠	٢	٣٣	٣	٥٠	٤	٦٦	٢	٣٣	٢	٣٣
	أخبار النجوم	٥	١٠٠			٥	١٠٠	٥	١٠٠	٢	٤٠	٣	٦٠	١	٢٠	٥	١٠٠	١	٢٠
	أخبار الأدب	٥	١٠٠			٥	١٠٠	٥	١٠٠	٤	٨٠	٣	٦٠	١	٢٠	١	٢٠	٤	٨٠
	الأهالى	٣	١٠٠			٣	١٠٠	٣	١٠٠	١	٣٣	١	٣٣	٣	١٠٠	٢	١١	١	٣٣
الأهرام	نصف الدنيا	٤	١٠٠			٤	١٠٠	٤	١٠٠	٢	٥٠	٢	٥٠	١	٢٥	٤	١٠٠	١	٢٥
	الرياضى	٦	١٠٠			٦	١٠٠	٦	١٠٠	٣	٥٠	٣	٥٠	٥	٨٣	٢	٣٣	١	٣٣
	الاقتصادى	٦	١٠٠			١	١٠٠	٦	١٠٠	٣	٥٠	٣	٥٠			٢	٣٣	٤	٦٦
دار التحرير	عقيدتى	٥	١٠٠			٥	١٠٠	٥	١٠٠	٣	٦٠	٣	٦٠	١	٢٠	١	٢٠	٤	٨٠
	النصـــر	٣	١٠٠			٣	١٠٠	٣	١٠٠	٢	٦٦	٢	٦٦	١	٣٣	١	٣٣	٣	١٠٠
	الزمـــالك	٢	١٠٠			٢	١٠٠	٢	١٠٠	١	٥٠	١	٥٠	٢	١٠٠	١	٥٠	١	٥٠

*** بدراسة الجدول السابق يتضح الاتي:-

(١) الصورة الصحفية أفضل من عشرة آلاف كلمة كما يقول المثل الصيني، ولذلك رأيناها تحكي لنا علي صفحات الأخبار*، قصة اغتيال السادات لحظة بلحظة كعنصر تيبوغرافي واحد وإخراج الصورة الصحفية لا يقل أهمية عن اخراج العنوان أو النصوص بل يحتاج إلي مهارة وخبرة، ذلك أن تكبير صورة جيدة يصل بها إلي قلب القارىء بسرعة ويحدث بها ذهنه ويظل يذكرها طويلا أكثر من مقال طويل، كما أن تصغير حجمها ليتناسب مع اخراج الصفحة له أهميته أيضا(٢٢).

ولذلك عندما سألنا سكرتيري التحرير بسؤال هل تساهم الصور في الوصول لتصميم معين؟، فقد اتفق جميع سكرتيروا التحرير علي أن الصور تساعد سكرتير التحرير في الوصول إلي تصميم يراه مناسبا للموضوع، فقد نستخدم الصورة كما يقول سمير صبحي كأرضية لعنوان ليؤكده ويوضحه، ومن الصورة نفهم الموضوع كأن يوضع عنوان يقول : "السيطرة علي دودة ورق القطن" ، وأرضية العنوان صورة لفلاحة صغيرة تلتقط الدودة. كذلك نجد الصورة المهزوزة التي توضع بقصد مثل سيارة تحاول أن تسابق الريح، أو الصورة الممزقة تعبيرا عن حال أسرة مفككة، أو تفريغ الصورة علي الوجه*، وذلك بقصد ابرازه لوجود معني معين أو أن سكرتير التحرير يلجأ لتأكيد معاني بتفريغ جانب من الصورة في الرأس مثلا. كما قد توضع صورة مقلوبة لتأكيد معني معين، كما قد يركب سكرتير

التحرير الصور بعضها فوق بعض أو في جانب منها بحيث تصبح متداخلة وفي كل ذلك يكون هناك هدف من هذا التصميم(٢٣).

ويتضح من ذلك أن الصورة أحد العناصر الهامة التي تساعد سكرتيري التحرير في تصميم موضوعات وتوصيل مختلف المعاني من خلال شكلها علي الصفحة إلي ذهن القاريء ولذلك سألنا سكرتيري التحرير سؤال كيف تساهم الصور في الوصول الي تصميم معين، فاتفقوا جميعا علي ما يلي:

أ – أن الصورة يمكن أن تحقق توازن الصفحة.

ب– كما أن تكبير وتصغير الصور يعد عنصر جذب لعين القاريء.

جـ– تقابل العنوان في اشاعة التوازن في الصفحة.

د – تساعد في توضيح مفهوم النص.

---

* تسمي الصورة المفرغة بالصورة الديكوبية.

جدول رقم (١٣)

يوضح الاتجاه نحو استخدام الرسوم فى الصحف المتخصصة

المؤسسة	المجلة	مدى مساعدة الرسوم فى التصميم				أشكال مساعدة الرسوم فى التصميم								أنواع الرسوم					
		نعم		لا		الخرائط قد تكون أهم من الصور		الرسم البيانى له دلالة واقعية		تحقيق تنوع فى الصفحة بالرسم		الكاريكاتير يعبر أكثر من الصورة		كاريكاتير		خرائط		رسم بيانى	
		ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أخبار اليوم	أخبار الحوادث	٢	٤٠			١	٢٠	١	٢٠	١	٢٠	١	٢٠	١	٢٠				
	أخبار الرياضة	٢	٣٣							١	١٦	٢	٣٣	٢	٣٣				
	أخبار النجوم	٢	٤٠			١	٢٠	١	٢٠	١	٢٠	١	٢٠	٢	٤٠				
	أخبار الأدب	٣	٦٠			١	٢٠	١	٢٠	١	٢٠	١	٢٠	١	٢٠	١	٢٠		
الأهرام	الأهلى	١	٣٣							١	٣٣	١	٣٣	١	٣٣				
	نصف الدنيا	١	٢٠							١	٢٠	١	٢٠	١	٢٠				
	الرياضى	٢	٣٣							١	١٦			١	١١				
	الاقتصادى	٤	٦٦					٤	٦٦			٣	٥٠	١	١٦			٥	٨٣
دار التحرير	عقيدتى	٣	٦٠							١	٢٠	١	٢٠	١	٢٠				
	[illegible]	٢	٦٦			٢	٦٦			١	٣٣	١	٣٣	١	٣٣	٢	٦٦	١	٣٣
	الرسالة	١	٥٠							١	٥٠	١	٥٠	١	٥٠				

***بدراسة الجدول السابق يتضح لنا الاتي:

(١) رأي سكرتيروا تحرير الأهرام الإقتصادي ومجلة النصر بنسبة ٦٦،٦٪ بأن الرسوم أحد عناصرهم الهامة التي تساعدهم علي تنفيذ أسلوب التصميم الذي يرغبونه في مقابل ٦٠٪ لكل من أخبار الأدب وعقيدتي، وقد انخفضت النسبة إلي ٥٠٪ لصحيفة الزمالك الرياضية و٤٠٪ لأخبار الحوادث ، وتدنت هذه النسبة في صحف الرياضة ونصف الدنيا، وربما يكمن التركيز علي استخدام الصور في هذه الصحف التي ضعف اعتمادها علي استخدام الرسم كعنصر تصميمي.

وان كانت الصحف التي قل استخدامها للصور زادت في استخدام الرسوم بحكم طبيعة مضمونها.

(٢) حول الأشكال التي يمكن أن تساهم بها الرسوم في التصميم رأينا ما يلي:-

أ - أن الأهرام الإقتصادي يركز علي استخدامه للرسوم البيانية والكاريكاتير ، وقد يكون ذلك أحد أشكال توضيح موضوعات خاصة بالمال والإقتصاد لأن الموضوعات يغلب عليها الطابع التقريري وليس الإنشائي.

ب- بينما ركزت مجلة النصر علـي استخدام الخرائط ، وهو يتفق أيضا مع مضمون الصحافة العسكرية التي تشكل الخريطة أحد أهم ملامح الحياةالعسكرية.

جـ- بينما ركزت بقية الصحف بنسب متقاربة علي استخدامه للرسوم في مقابل تحقيق عناصر التنوع التيبوغرافي.

(٣) وفي مجال تنوع الرسوم والأنواع المفضلة الإستخدام منه رأت الأهرام الإقتصادي أهمية الرسم البياني بالنسبة لمجالها ، وذلك بنسبة ٨٣٪ ، في مقابل نسبة ١٦٪ لإستخدام رسم الكاريكاتير.

(٤) أيدت مجلة النصر استخدامها للخرائط بنسبة ٦٦٪.

(٥) تركزت بقية الصحف في استخدامها للكاريكاتير بنسب متفاوتة حيث شاركت في استخدامه جميع الصحف، حيث يعد الكاريكاتير أسهل تعبير عن الرأي في كل صحف العالم، لأنه يخاطب كل الناس علي أعلي مستوي ثقافي ويعتمد اخراج الكاريكاتير علي نقطتين أساسيتين كما يقول سمير صبحي، وهما(٢٤):

أ - مقاس الكاريكاتير: وهو نسبة الطول والعرض ووضعه في الصفحة، فليس كل كاريكاتير كبير علي أربعة أعمدة أو خمسة أعمدة هو كاريكاتير ناجح، فعلي المخرج دائما أن ينظر إلي النسب وعنيها نسب البياض والسواد وطريقة كتابة التعليق ثم بعد ذلك يقدر المساحة المحددة لها وهو في ذلك يضع بعض الإعتبارات نصب عينيه منها سياسة التحرير تجاه الكاريكاتير، أهمية الكاريكاتير سياسيا أو اجتماعيا، مدي نجاحه.

ب- طريقة وضع اطار الكاريكاتير: الكاريكاتير دائما في حاجة الي اطار يحدده ، فهو مقال أو رأي أو قصة ، وتحديد مساحتها ضروري حتي لا يختلط ببقية الموضوعات في الصفحة واختيار نوع الإطار الذي لا يجذب القارىء فيترك الكاريكاتير وينظر الي الإطار الذي " يشوش" أحيانا علي الرسم.

جدول رقم (١٤)

يوضح الاتجاه نحو استخدام الألوان في تصميم الصحف المتخصصة

المؤسسة	المجلة	الدرجة اللونية المميزة للصحيفة: الأحمر ك	الأحمر %	الأصفر ك	الأصفر %	الأزرق ك	الأزرق %	خليط ك	خليط %
أخبار اليوم	أخبار الحوادث	٤	٨٠			٤	٨٠		
	أخبار الرياضة	٥	٨٣			٥	٨٣	٢	٣٣
	أخبار النجوم	٤	٨٠			٤	٨٠		
	أخبار الأدب	٤	٨٠			٤	٨٠		
	الأهلي	٣	١٠٠			٢	٦٦		
الأهرام	نصف الدنيا	٢	٥٠			٢	٥٠	٤	١٠٠
	الرياضي	٥	٨٣					١	١٦
	الاقتصادي					١	١٦	٢	٣٣
دار التحرير	عقيدتي	٤	٨٠			١	٢٠	٣	٦٠
	المساء	٢	٦٦			١	٣٣	٣	١٠٠
	الرسالة	٢	١٠٠			١	٥٠	٢	١٠٠

المؤسسة	المجلة	علاقة اللون بمضمونه: اعتماد الشعار على صفة اللون ك	%	إتاحة اللون للمجلة ك	%	جذب الانتباه ك	%	تتوافق مع المضمون ك	%
أخبار اليوم	أخبار الحوادث	٤	٨٠	٤	٨٠	٤	٨٠	٢	٤٠
	أخبار الرياضة	١	١٦	١	١٦	١	١٦	٢	٣٣
	أخبار النجوم	٤	٨٠	٤	٨٠	٤	٨٠	٢	٤٠
	أخبار الأدب	٤	٨٠	٤	٨٠	٤	٨٠	٢	٤٠
	الأهلي	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	١	٣٣
الأهرام	نصف الدنيا	٣	٧٥	٣	٧٥	٣	٧٥	٢	٥٠
	الرياضي	٥	٨٣	٥	٨٣	٥	٨٣	١	١٦
	الاقتصادي	٥	٨٣	٥	٨٣	٥	٨٣	١	١٦
دار التحرير	عقيدتي	٤	٨٠	٤	٨٠	٤	٨٠	١	٢٠
	المساء	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	١	٣٣
	الرسالة	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	١	٥٠

المؤسسة	المجلة	أشكال مساعدة اللون في التصميم: عمل أرضيات ك	%	تعويض نقص الصور ك	%	إقامة الفواصل في الصفحة ك	%	عمل توازن في الصفحة ك	%	خلق مناطق ثقل ك	%
أخبار اليوم	أخبار الحوادث	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠
	أخبار الرياضة	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠
	أخبار النجوم	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠
	أخبار الأدب	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠
	الأهلي	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠
الأهرام	نصف الدنيا	٤	١٠٠	٤	١٠٠	٤	١٠٠	٤	١٠٠	٤	١٠٠
	الرياضي	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠
	الاقتصادي	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠	٦	١٠٠
دار التحرير	عقيدتي	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠
	المساء	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٣	١٠٠
	الرسالة	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠

المؤسسة	المجلة	تفضيل استخدام الألوان ك	%	ك	%	تفضيل لون محدد ك	%	ك	%
أخبار اليوم	أخبار الحوادث	٤	٨٠	١	٢٠	٤	٨٠	١	٢٠
	أخبار الرياضة	٦	١٠٠			٦	١٠٠		
	أخبار النجوم	٥	١٠٠			٥	١٠٠		
	أخبار الأدب	٥	١٠٠			٥	١٠٠		
	الأهلي	٣	١٠٠			٣	١٠٠		
الأهرام	نصف الدنيا	٤	١٠٠			٤	١٠٠		
	الرياضي	٦	١٠٠			٦	١٠٠		
	الاقتصادي	٦	١٠٠			٦	١٠٠		
دار التحرير	عقيدتي	٣	٦٠	٢	٤٠	٣	٦٠	٢	٤٠
	المساء	٣	١٠٠			٣	١٠٠		
	الرسالة	٢	١٠٠			٢	١٠٠		

***بدراسة الجدول السابق يتضح الاتي:-

(١) إذا كانت الصحافة قد اقتصرت قديما علي اللون الأسود عند الطبع فإن التطور الطباعي ساعد علس سهولة استخدام أحبار ملونة حيث تساعد علي جذب انتباه القارئ، وذلك لإبراز جوانب معينة يسعي المخرج الصحفي للتأكيد عليها، كما تساعد الألوان علي التصوير الواقعي الذي يقترب من الطبيعة حيث تكسب الصحيفة عموما والمجلة خصوصا جمالا وجاذبية وقوة تأثير(٢٥)، ويجدر بنا هنا أن نذكر أن دراسات الإعلان من الدراسات المبكرة في حقل استخدام الألوان التي أكدت أن استخدام لون اضافي واحد للإعلان يساعد علي ارتفاع نسبة تذكره(٢٦).

ولذلك عندما سألنا سكرتيري التحرير عن عنصر الألوان ومدي رغبتهم في اعتباره أحد عناصرهم أثناء عملية التصميم، وجدنا شبه اتفاق علي استخدامه بل أن المجلات النسائية والفنية والأدبية والرياضية فضلت استخدامه بنسبة ١٠٠٪.

() وحول مدي تفضيلهم لألوان معينة، أكدت العينة أن كل سكرتير تحرير صحيفة في ذهنه ألوان محددة فقد أكدت الصحف الرياضية علي تغلب اللون الأحمر والأزرق بنسب ١٠٠٪ في صحف الأهلي والزمالك وبنسبة ٨٣٪ في أخبار الرياضة والأهرام الرياضي، وبنفس النسبة في أخبار الحوادث والنجوم والأدب وعقيدتي مقابل ٦٦٪ لمجلة النصر.

أما الصحافة الإقتصادية فقد أكدت تفضيلها بنسبة ٨٣٪ للون الأزرق. أما الصحافة النسائية نصف الدنيا فقد فضلت بنسبة ٨٣٪ استخدام لون ينتج من خلط مجموعة الألوان.

(٣) ومن علاقة اللون بتصميم هذه الصحف أكد سكرتيري التحرير علي ما يلي:-

أ - بالنسبة لاعتماد الشعار علي هذا اللون فقد أيده بنسبة ١٠٠٪ صحف الزمالك والنصر والأهلي وبنسبة ٨٣٪ سكرتيري تحرير الأهرام الإقتصاجي والرياضي وعقيدتي والأدب والنجون والحوادث، وبنسبة ٦٦٪ أخبار الرياضة، وبنسبة ٦٠٪ لسكرتير تحرير نصف الدنيا.

ب- وكانت نفس النسب لعاملي:

١- أن اللون يؤدي إلي اشاعة البهجة.

٢- أن اللون جاذب للإنتباه.

جـ- اختلطت نسب التأييد لعامل أن اللـــون المستخدم يتوافــق مع المضمون وتقدمت علي بقية الصحف صحيفة الأهرام الرياضي ٦٦٪.

(٤) أكد سكرتيروا التحرير بنسبة ١٠٠٪ أن استخدام الألوان يساعد في التصميم كما يلي:-

أ - يمكن استخدامه في عمل أرضيات متباينة تحقق الجاذبية ولفت الإنتباه وخدمة المضمون.

ب- يمكن أن يعوض اللون نقص الصور.

جـ- اشاعة الجمال في الصحفة.

د - يساعد علي تصميم الموضوع بالتوازن مع الصور والعناوين.

هـ- خلق مناطق ثقل في أركان الصفحة.

جدول رقم (١٥)

يوضح الاتجاه نحو استخدام الارضيات والفواصل فى تصميم الصحف اليومية

المؤسسة	الصحيفة	مدى استخدام الارضيات				أهمية الارضيات								الارضيات المستخدمة						درجة استخدام الفواصل													
		نعم		لا		شكلها يوحى بالموضوع		خلق مناطق تباين		ابراز بعض المناطق الهامة		يستخدم كفاصل		أرضية لون		أرضية نيجاتيف		أرضية ملونه		جداول خطية		فواصل خطية		اطار		بياض		عنوان		الالوان		أرضيات	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أخبار اليوم	أخبار الحوادث	٣	٦٠	٢	٤٠	٣	٦٠	٣	٦٠	٣	٦٠	٣	٦٠		٦٠	٣	٦٠	٢	٤٠	٢	٤٠	٢	٤٠	٢	٤٠	١	٢٠	٣	٦٠	٤	٨٠	٥	١٠٠
	أخبار الرياضة	٤	٦٦	٢	٣٣	٤	٦٦	٤	٦٦	٤	٦٦	٤	٦٦	١	٣٣	٣	٥٠	٥	٨٣	٢	٣٣	٢	٣٣	٢	٣٣	١	١٦	٣	٥٠	٤	٦٦	٥	٨٣
	أخبار النجوم	٣	٦٠	٢	٤٠	٣	٦٠	٣	٦٠	٣	٦٠	٣	٦٠	٢	٤٠	٣	٦٠	٤	٨٠	٢	٤٠	٢	٤٠	٢	٤٠	١	٢٠	٣	٦٠	٤	٨٠	٥	١٠٠
	أخبار الأدب	٤	٨٠	١	٢٠	٤	٨٠	٤	٨٠	٤	٨٠	٤	٨٠	١	٢٠	٣	٦٠	٤	٨٠	٤	٨٠	٤	٨٠	٤	٨٠	٣	٦٠	٢	٤٠	١	٢٠	٥	١٠٠
الأهرام	الأهرام	٢	٦٦	١	٣٣	٢	٦٦	٢	٦٦	٢	٦٦	٢	٦٦	٢	٦٦	٣	١٠٠	٣	١٠٠	١	٣٣	١	٣٣	٣	١٠٠	٣	١٠٠	٢	٦٦	١	٣٣	٣	١٠٠
	نصف الدنيا	٣	٧٥	٢	٥٠	٣	٧٥	٣	٧٥	٣	٧٥	٣	٧٥	٢	٥٠	٣	٧٥	٤	١٠٠	١	٢٥	١	٢٥	٤	١٠٠	٣	٧٥	٤	[illegible]	١	٢٥	٤	١٠٠
	الرياضي	٤	٦٦	٢	٣٣	٤	٦٦	٤	٦٦	٤	٦٦	٤	٦٦	٢	٣٣	٣	٥٠	٥	٨٣	١	١٦	١	١٦	٤	٦٦	٣	٥٠	٢	٣٣	٤	٦٦	٥	٨٣
	الاقتصادي	٥	٨٣	١	١٦	٥	٨٣	٥	٨٣	٥	٨٣	٥	٨٣	١	١٦	٣	٥٠	٤	٦٦	١	١٦	١	١٦	٢	٣٣	١	١٦	٣	٥٠	٤	٦٦	٥	٨٣
دار التحرير	عقيدتي	٤	٨٠	١	٢٠	٤	٨٠	٤	٨٠	٤	٨٠	٤	٨٠	١	٢٠	٣	٦٠	٤	٨٠	٤	٨٠	٤	٨٠	٢	٤٠	١	٢٠	٣	٦٠	٤	٨٠	٥	١٠٠
	المساء	٢	٦٦	١	٣٣	٢	٦٦	٢	٦٦	٢	٦٦	٢	٦٦	٢	٦٦	٣	١٠٠	٣	١٠٠	١	٣٣	١	٣٣	٢	٦٦	١	٣٣	٣	١٠٠	٢	٦٦	٣	١٠٠
	الزمالك	١	٥٠	١	٥٠	١	٥٠	١	٥٠	١	٥٠	١	٥٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	١	٥٠	١	٥٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠	١	٥٠	٢	١٠٠

*** بدراسة الجدول السابق يتضح لنا ما يلي:-

(١) في مجال استخدام الأرضيات:

استخدمها سكرتيروا التحرير بنسبة ٨٣٪ في صحف عقيدتي والأهرام الإقتصادي وأخبار الأدب وبنسبة ٦٦٪ صحف مجلة النصر والأهرام الرياضي ونصف الدنيا والأهلي وأخبار الرياضة وأخبار النجوم وأخبار الحوادث وبنسبة ٥٠٪ لصحيفة الزمالك.

(٢) وقد أيد سكرتيروا التحرير عوامل أهمية الأرضيات في تصميم الصحف المتخصصة بنفس النسب المشار اليها في النقطة الأولي، وكانت أهميتها كما يلي:-

أ – تأخذ الأرضيات أشكالا تساعد علي الإيحاء بالموضوع.

ب– تساعد الأرضيات علي خلق مناطق تباين.

جـ تساعد الأرضيات علي ابراز بعض المناطق الهامة في الموضوع.

د – يمكن أن تستخدم كفاصل بين الموضوع والموضوع المجاور.

(٣) وقد رتب سكرتيروا التحرير الأرضيات حسب درجة استخدامه لها وكانت كالتالي:-

أ – بالنسبة لاستخدام أرضية غير ملونة (هافتون) فقد استخدمها سكرتير تحرير صحيفة الزمالك بنسبة ١٠٠٪ ، وبنسبة ٦٦٪ لصحيفتا النصر، وأخبار الحوادث ، وبنسبة ٥٠٪ لصحيفة

الأهلي، وبنسبة ٤٠٪ لصحيفتا الأهرام الإقتصادي وأخبار النجوم ، وبنسبة٣٣٪ الأهرام الرياضي وأخبار الرياضة.

ب- بالنسبة لأرضية النيجاتيف ويصبح فيها الشكل عكس الأرضية وكانت بنسبة ١٠٠٪ عند سكرتيري تحرير الزمالك والنصر ، والأهلي بنسبة ٦٦٪ لأخبار الحوادث ، والنجوم والأدب ونصف الدنيا وعقيدتي ، وبنسبة ٣٣٪ لأخبار الرياضة والأهرام الرياضي والأهرام الإقتصادي.

جـ- وفي مجال استخدام أرضية ملونة ، فقد زادت نسبة الرغبة في استخدامها حيث جاءت بنسبة ١٠٠٪ في صحف الزمالك والنصر والأهلي بينما انخفضت نسبة استخدامها إلى ٨٣٪ لدي سكرتيري تحرير عقيدتي والأهرام الرياضي ونصف الدنيا وأخبار الرياضة وأخبار الأدب وأخبار النجوم ثم نسبة ٦٦٪ في صحف الأهرام الإقتصادي وأخبار الأدب ثم ٣٣٪ في أخبار الحوادث.

ان قراءة هذه البيانات تشير إلي أهمية استخدام الأرضيات في مجال الصحف المتخصصة خاصة في الصحف التي تقل فيها نسبة استخدام الصور مثل أخبار الأدب والحوادث والأهرام الإقتصادي وعقيدتي وتصبح الأرضيات بأشكالها أحد العناصر الأساسية التي يعتمد عليها سكرتيروا التحرير في تصميم الموضوعات.

(٤) وحول استخدام سكرتيروا التحرير للفواصل التقليدية مثل الجداول والفواصل والإطارات وصلت الرغبة في نسبة استخدامها لهذه العناصر ٨٣٪، في أخبار الأدب وعقيدتي ونسبة ٦٦٪ في أخبار الحوادث والنجوم ونسبة ٣٣٪ في أخبار الرياضة وان كانت نسبة جريدة الأهلي فقد قفزت إلي استخدام الإطارات الي ١٠٠٪ وكذلك الزمالك ، أما نصف الدنيا فكانت في استخدام الإطارات بنسبة ٨٣٪ مقابل ٦٦٪ لأخبار الأدب والأهرام الرياضي.

(٥) أما في مجال استخدام فواصل حديثة فنجد أن نسبة استخدام أرضيات كفاصل مع الموضوعات الأخري بلغت ١٠٠٪ في أخبار الحوادث والنجوم والأدب والأهلي ونصف الدنيا وعقيدتي والنصر والزمالك مقابل ٨٣٪ لأخبار الرياضية والأهرام الرياضي والإقتصادي.

واستخدم الفاصل الملون بنسبة ٨٣٪ في صحف أخبار الحوادث والنجوم وعقيدتي في مقابل نسبة استخدام ٦٦٪ في صحف أخبار الرياضة والأهرام الرياضي والإقتصادي.

(٦) كانت نسبة استخدام العنوان كفاصل ١٠٠٪ في صحف الزمالك والنصر ثم وصلت إلي ٦٦٪ في الأهلي ثم ٦٠٪ في كل من أخبار الحوادث وأخبار النجوم وعقيدتي ثم ٥٠٪ في كل من أخبار الرياضة والأهرام الإقتصادي.

(٧) أما الميل إلي استخدام البياض فإن سكرتيري التحرير لم يميلوا إلي توظيفه بصفة عامة باستثناء الأهلي والزمالك بنسبة ١٠٠٪ ، ثم نصف الدنيا ٦٠٪ وكذلك أخبار الأدب، أما الأهرام الرياضي فكانت نسبة الإستخدام ٥٠٪.

.. وبصفة عامة نلاحظ أن استخدام عناصر الفصل الحديثة أكثر رغبة في الإستخدام من العناصر التقليدية وأن عناصر الفصل التقليدية والحديثة مطلوبة أكثر في الصحف التي تعاني من نقص الصور بصفة عامة مثل أخبار الأدب وعقيدتي والأهرام الإقتصادي.

جدول رقم (١٦)

يوضح الاتجاه نحو أساليب تصميم الصفحات الداخلية

المحاور / المجلات		التصميم في ضوء النوع والقيمة								تفضيل استخدام أسلوب تصميم معين				الأساليب المستخدمة في تصميم الصفحات الداخلية															
		تصميم وفقا لنوع الموضوع		تصميم وفقا لقيمة الموضوع		تصميم وفقا للنوع والقيمة		تصميم وفقا لسياسة التحرير		نعم		لا		أسلوب التوازن بالتباين		أسلوب شخصي حر		أسلوب بؤرى		أسلوب التربيع		أسلوب أفقي		أسلوب الصور		أسلوب القطاع	
المؤسسة	المجلة	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أخبار اليوم	أخبار الحوادث					٣	٦٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠			٥	١٠٠	٣	٦٠									٥	١٠٠
	أخبار الرياضة					٤	٦٦	٦	١٠٠	٥	٨٣	١	١٦	٥	٨٣	٣	٥٠			٤	٨٠					٥	٨٣
	أخبار النجوم					٣	٦٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠			٥	١٠٠	٣	٦٠									٥	١٠٠
	أخبار الأدب					٣	٦٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠			٥	١٠٠	٣	٦٠									٥	١٠٠
	الأهالي					٢	٦٦	٣	١٠٠	٣	١٠٠			٣	١٠٠	٣	١٠٠									٣	١٠٠
الأهرام	نصف الدنيا					٢	٤٠	٤	١٠٠	٣	٧٥	١	٢٥	٣	٧٥	٣	٧٥									٣	٧٥
	الرياضي					٣	٥٠	٦	١٠٠	٥	٨٣	١	١٦	٥	٨٣	٥	٨٣									٥	٨٣
	الاقتصادي					٣	٥٠	٦	١٠٠	٥	٨٣	١	١٦	٤	٦٦	٤	٦٦			٤	٦٦					٤	٦٦
دار التحرير	عقيدتي					١	٢٠	٥	١٠٠	٥	١٠٠			٥	١٠٠	٥	١٠٠			٤	٨٠					٥	١٠٠
	النصر							٣	١٠٠	٣	١٠٠			٢	٦٦	٢	٦٦									٢	٦٦
	الزمالك					١	٥٠	٢	١٠٠	٢	١٠٠			٢	١٠٠	٢	١٠٠									٢	١٠٠

***بدراسة الجدول السابق يتضح الاتي:-

(١) أن تصميم الموضوع يتم وفقا لسياسة تحرير الصحيفة ، حيث وافق علي ذلك أفراد البحث بنسبة ١٠٠٪ وجاءت فكرة التصميم في ضوء نوع الموضوع وقيمته في المرتبة الثانية حيث مال سكرتيروا تحرير أخبار الرياضة والأهلي إلي هذا العامل بنسبة ٦٦٪ في مقابل نسبة ٦٠٪ لأخبار الحوادث والنجوم والأدب في مقابل ٥٠٪ للأهرام الرياضي والإقتصادي والزمالك.

(٢) وقد أكد سكرتيروا التحرير بنسبة ١٠٠٪ أنهم يميلون إلي تصميمات معينة لموضوعاتهم وكانت الأساليب المفضلة في التصميم كما يلي:-

أ - بالنسبة لأسلوب التوازن بالتباين ، وهو يعتمد علي نظرية الرافعة القائل بأن ثقل كبير يتوازن مع ثقل صغير فقد تساوي مع النسب التي أيدت استخدام أسلوب القطاع الذي يعتمد علي وضع ثقل عبارة عن صورة ، أو رسم، أو أرضية علي جانب طولي في الصفحة حيث كانت النسبة ١٠٠٪ لسكرتيري تحرير الزمالك ، والأهلي ، وعقيدتي، وأخبار الحوادث وأخبار النجوم وأخبار الأدب ، في مقابل ٨٣٪ لأخبار الرياضية ، والأهرام الرياضي ونسبة ٦٦٪ للأهرام الإقتصادي ومجلة نصف الدنيا.

ب- أما الأسلوب الشخصي الحر الذي يعتمد علي رؤية سكرتير التحرير ، فقد أكد استخدامه سكرتيروا تحري الأهلي وعقيدتي

والزمالك بنسبة ١٠٠٪ ، في مقابل ٨٣٪ للأهرام الرياضي، بالإضافة إلي نسبة ٦٦٪ لكل من أخبار الحوادث ، والنجوم والأدب ، وأخبار الرياضة، ونصف الدنيا، والأهرام الإقتصادي، ومجلة النصر.

جـ- وأيدت نسبة ٨٣٪ من سكرتيري تحرير صحف أخبار الأدب ، ونصف الدنيا ، وعقيدتي أسلوب تربيع الصفحة، وهو أسلوب يهتم تربيع الصفحة ، وهو أسلوب يهتم بايجاد أثقال أربعة في أركان الصفحة أو ثلاثة علي الأقل ، وذلك لأحياء المناطق المختلفة من الصفحة.

جدول رقم (١٧)

يوضح أنواع أغلفة الصحف المتخصصة وأساليب تصميمها [illegible]

المؤسسة	المجلة	مدى تصميم للصفحة الأولى والغلاف: نعم		لا		الأنواع المستخدمة في تصميم الغلاف: غلاف إخباري		غلاف موضوعي		غلاف إيضاحي		غلاف جمالي		غلاف ساخر		غلاف دلالي رمزي		أسلوب تصميم الغلاف: الملصق		اللاملصق	
		ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أخبار اليوم	أخبار الحوادث	٥	١٠٠			٢	٤٠	٢	٤٠					١	٢٠	١	٢٠	٣	٦٠	٢	٤٠
	أخبار الرياضة	٦	١٠٠			٣	٥٠	٤	٦٦			٤	٦٦	٢	٣٣	٢	٣٣	٥	٨٣	١	١٦
	أخبار النجوم	٥	١٠٠			٢	٤٠	٤	٨٠			٥	١٠٠					٥	١٠٠		
	أخبار الأدب	٥	١٠٠					٤	٨٠	١	٢٠									٥	١٠٠
	الأهالي	٣	١٠٠			١	٣٣	٢	٦٦			١	٣٣					٣	١٠٠		
الأهرام	نصف الدنيا	٤	١٠٠			١	٢٥	٢	٥٠			٤	١٠٠					٤	١٠٠		
	الرياضي	٦	١٠٠			٢	٣٣	٢	٣٣	١	١٦	٥	٨٣	١	١٦	١	١٦	٥	٨٣	١	١٦
	الاقتصادي	١	١٠٠			٢	٣٣	٦	١٠٠	٣	٥٠			٣	٥٠					٦	١٠٠
دار التحرير	عقيدتي	٥	١٠٠			٣	٦٠	٣	٦٠	١	٢٠									٥	١٠٠
	النصـــر	٣	١٠٠			١	٣٣	٣	١٠٠	١	٣٣					١	٣٣	٢	٦٦	١	٣٣
	الزمالك	٤	١٠٠			١	٥٠	٢	١٠٠			١	٥٠	١	٥٠			٢	١٠٠		

** * بدراسة الجدول السابق يتضح لنا:

(١) أن جميع أفراد البحث من سكرتيري تحرير الصحف المتخصصة يشاركون في تصميم الصفحة الأولي أو غلاف مجلاتهم.

(٢) وإذا كان الغلاف هو واجهة الصحيفة والمعبر عن شخصيتها وتتوقف عليه عوامل جذب البصر ولفت الإنتباه للصحيفة فإن أنواعه العديدة تحقق لكل تخصص سماته حيث نجد ما يلي:

أ - في مجال الغلاف الإخباري الذي يحمل في الغالب صورا تعبر عن الحدث ، أو تأثيره نجد أن عقيدتي تـميل إلي استخدامه بنسبة ٦٠٪ مقابل ٥٠٪ لكل من أخبار الرياضة والزمالك في مقابل ٤٠٪ لأخبار الحوادث ، والنجوم ، ونسبة ٣٣٪ للأهلي والأهرام الرياضي والإقتصادي والنصر و٢٥٪ لمجلة نصف الدنيا.

ب- أما الغـلاف الموضوعي الذي يحمل عناوينا وصـورا لموضوعات داخل الصحيفة ، فقـد أكد علي استخدامه بنسبة ١٠٠٪ صحف النصر والزمالك ،والأهرام الإتصادي في مقابل نسبة ٨٠٪ لأخبار النجوم والأدب ونسبة ٦٦٪ لأخبار الرياضة والأهلي في مقابل ٦٠٪ لعقيدتي في مقابل ٥٠٪ لمجلة نصف الدنيا ، ونسبة ٤٠٪ لأخبار الحـوادث ، ونسبة ٣٣٪ للأهرام الرياضي.

جـ- مالت صكرتارية تحرير الأهرام الإقتصادي أكثر من غيرها إلي استخدام النوع الإيضاحي وهو الذي يميل إلي استخدام رسوم بيانية وخرائط في الصفحة الأولي أو الغلاف بغرض التوضيح وذلك بنسبة ٥٠٪ ، مقابل نسبة ٣٣٪ لمجلة النصر ، و٢٠٪ لأخبار الأدب وعقيدتي ونسبة ٦،١٦٪ للأهرام الرياضي.

د - أما الغلاف الجمالي الذي يعتمد علي صورة جميلة أو منظر تعبيري فإن نسبة ١٠٠٪ فيه كانت لصالح مجلة نصف الدنيا وأخبار النجوم، ثم أتي بعدهما بنسبة ٨٣٪ الأهرام الرياضي ثم بنسبة ٦٦٪ أخبار الرياضة ، ونسبة ٥٠٪ لمجلة الزمالك ونسبة ٣٣٪ في صحيفة الأهلي.

هـ- أمـا الغـلاف الساخر الذي يعتمد علي رسم كاريكاتيري، فإن ٥٠٪ كانت لصالح الأهرام الإقتصادي ثم ٥٠٪ لمجلة الزمالك، ثم نسبة ٣٣٪ لأخبار الرياضة، ثم نسبة ٢٠٪ لأخبار الحوادث ثم نسبة ٦،١٦٪ للأهرام الرياضي.

و - وفي مجال الغلاف الدلالي الرمزي التعبيري الذي يستخدم فيه سكرتير اشكال اضافية علي الصورة أو الرسم للرمز أو التعبير عن موقف معين فإن أخبار الرياضة مالت إلي استخدامه بنسبة ٣٣٪ ونسبة ٢٠٪ لأخبار الحوادث و ٦،١٦٪ للأهرام الرياضي.

(٣) أما بالنسبة لأساليب التصميم المفضلة في أذهان سكرتيري تحرير اصحف المتخصصة الذين طبق عليهم البحث فكانت كما يلي:

أ – أولا أسلوب تصميم الملصق الذي يعتمد علي طبع صورة بحجم الصفحة أو جانب كبير منها مع بعض العناوين:

فقد وجدنا أن سكرتيري تحرير أخبار النجوم والأهلي ونصف الدنيا والزمالك يتجهون إلي استخدامه بنسبة ١٠٠٪ في مقابل ٨٣٪ لكل م، أخبار الرياضة والأهـرام الرياضي ، وبنسبة ٦٦٪ لمجلة النصر مقابل ٦٠٪ لأخبار الحوادث.

ب– أما أسلوب اللاملصق والذي يعتمد علي المتن والعناوين والصور الصغيرة فقد مال سكرتيروا التحرير في صحف عقيدتي والأهرام الإقتصادي وأخبار الأدب إلي استخدامه بنسبة ١٠٠٪ مقابل ٤٠٪ لأخبار الحوادث ونسبة ٣٣٪ لمجلة النصر ونسبة ١٦،٦٪ لأخبار الرياضة والأهرام الرياضي.

... إن قراءة البيانات السابقة تفضي للملاحظات التالية:

أولا:أن الغلاف الموضوعي يكثر استخدامه في الصحف ذات الطابع التحليلي مثل الأهرام الإقتصادجي والنصر والزمالك.

ثانيا: أن الغلاف الجمالي يميز الصحف الفنية والنسائية.

ثالثا: أن تصميم الملـصق يرتبط أكـثر بالصحف النسائية - والفنيـة والرياضية.

رابعا: يميل سكرتير تحرير الصحف التحليلية مثل العسكرية والإقتصادية إلي استخدام أسلوب اللاملصق.

هوامش الفصل الثالث

١- عواطف عبد الرحمن: الوعي البيئي بين الإعلام والتعليم، (الدراسات الإعلامية) مجلة العدد ٨٦ (يوليو - سبتمبر)١٩٩٢، المركز العربي للدراسات الإعلامية، القاهرة، ص ٦٢.

٢- محمود علم الدين: المجلة (التخطيط لإصدارها ومراحل انتاجها)، العربي للنشر والتوزيع. القاهرة، ١٩٨٠، ص ٤٣.

٣- سمير صبحي: صحيفة تحت الطبع، دار المعارف، القاهرة ، ص ٢١، ١٩٨٠، ص ١٤٦.

٤- سمير صبحي: نفس المرجع السابق، ص ١٤٩.

٥- علي الشاذلي: سكرتير تحرير مجلة النصر، مقابلة بمكتبه بجريدة الجمهورية، مساء السبق ١٩٩٢/١٢/٢٦.

٦- أحمد هاشم سكرتير تحرير الأهرام الرياضي، مقابلة بالأهرام صباح الأحد ١٩٩٢/١٢/٢٧.

٧- أحمد هاشم: المرجع السابق نفسه.

٨- المجالس القومية المتخصصة، تقرير المجلس القومي للثقافة والفنون والاداب والإعلام، الكتاب رقم ١٤٩ من مطبوعات المجالس، الدورة الرابعة: سبتمبر - يونيه ١٩٨٢- ١٩٨٣، ص ص ١٩١-١٩٢.

٩- المجالس القومية المتخصصة، المرجع السابق نفسه، ص ١٩٣.

١٠- محمود فايد: سكرتير عام تحرير الأهرام، مقابلة بالأهرام صباح الإثنين ١٩٩٢/١٢/٢٨.

١١- اجلال خليفة: اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ط١، ١٩٧٣، ص ٣٠٠.

١٢- شكري رشدي سعد: سكرتير تحرير الأخبار، لقاء بالأخبار صباح الإثنين ١٩٩٢/١٢/٢٨.

١٣- محمود علم الدين: المجلة، المرجع السابق، ص ٧٣.

١٤- سمير حسين : مداخل الإعلان، مؤسسة دار الشعب، القاهرة، ١٩٧٣، ص ١٠٥.

١٥- مختار التهامي: الإعلام والتحول الإشتراكي، دار المعارف، القاهرة، ١٩٦٦، ص

.١٠

١٦- ابراهيم امام: دراسات في الفن الصحفي، الأنجلو المصرية، القاهرة، ١٩٧٢، ص ٨٠.

١٧- سمير حسين: المرجع السابق، ص ص ٧٨، ٧٩.

١٨- جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٨٧، ص ٥٦.

١٩- عبد الوهاب كحيل: التناقض بين التحرير والإعلان في الصحيفة وتأثيره في الرأي العام، مجلة كلية الاداب بسوهاج، العدد التاسع، المجلد الثاني، ١٩٩٠، ص ٥٣٦.

٢٠- نبيل الطاروطي: سكرتير تحرير الأهرام الرياضي، مقابلة بالأهرام صباح الثلاثاء ١٩٩٢/١٢/٢٩.

٢١- محمود علم الدين: المرجع السابق ص ص ٨٢-٨٩.

٢٢- سمير صبحي: صحيفة تحت الطبع، مرجع سابق، ص ١٧٢.

٢٣- سمير صبحي: المرجع السابق نفسه، ص ص ١٧٢-١٧٣.

٢٤- سمير صبحي: المرجع السابق نفسه، ص ١٢٧.

٢٥- ابراهيم امام: فن الإخراج الصحفي، الأنجلو المصرية، القاهرة، ط٢، ١٩٧٧، ص ٢١٣.

٢٦- سمير حسين: المرجع السابق، ص ٦٥.

أولا: النتائج:

(١) أن الصحف المتخصصة ليس لديها مركز لدراسة خصائص جمهورها.

(٢) أن القاريء غير المتخصص يحتاج إلي تصميم يهتم بالشكل أكثر من المضمون بزيادة الصور والرسوم والعناوين وتبسيط الشكل بصفة عامة.

(٣) أن القاريء المتخصص يساعد سكرتير التحرير في الصحف المتخصصة علي الإهتمام فقط بوضع المضمون علي الصفحة مع تحقيق عامل يسر القراءة "Readability"، وذلك لأنه يذهب إلي الموضوع.

(٣) يساعد المحرر المتخصص سكرتير تحرير الصحف المتخصصة باختيار العناوين والصور وتقسيم النص إلي عناصر أكثر من المحرر العادي.

(٤) [illegible] [illegible]ير يباعد بينه وبين [illegible]
الأشكال المناسبة لتصميم النص.

(٥) أن سكرتيري تحرير الصحف المتخصصة لم يتلقو دورات تدريبية في مجال تخصص صحفهم ،ولذلك يعوضون هذا النقص بقراءة النص بتركيز ثم القراءة المستمرة في مجال التخصص.

(٦) أن سكرتير التحرير يكتسب من كثرة الممارسة حاسة التمتخصص.

(٧) اعتقدت نسبة أكبر من سكرتيري التحرير أن تصميم اصحف العامة أيسر من المتخصصة بسبب تنوعها التيبوغرافي، بينما رأت نسبة أقل سهولة تصميم الصحف المتخصصة بسبب ثبات نوعية الموضوعات.

(٨) أن الصحافة المتخصصة تتسم بتباعد الإصدار مما يعطي سكرتير التحرير فرصة أفضل في التجويد عند التصميم.

(٩) أن رئيس تحرير الصحف المتخصصة يتدخل أكثر من الصحف العامة في أسلوب تصميم موضوعات الصحيفة.

(١٠) أن الصحف التي لا تصبح الصور والرسوم عناصرها الأساسية في التصميم يلجأ سكرتير تحريرها إلي عمل موتيفات خاصة عند تبويبه الموضوعات بينما يري سكرتيري التحرير في الصحف التي تعتمد علي الصور والرسوم أن الموتيفات تخلق حالة من التعود والرتابة وحجم حيز من الصفحة.

(١١) اذا كانت هذه الدراسة قد أكدت علي السلبية الناتجة من تصميم الإعلانات المجاورة للموضوع الصحفي، فإن من المزايا لتقليل هذه السلبية المفروضة أن نسبة كبيرة من سكرتيري تحرير الصحف المتخصصة هم الذين يقومون بتصميم الإعلانات لصحفهم، كما يرونها قبل تصميمهم للصفحة وهي بشكلها النهائي.

(١٢) يلجأ سكرتيري تحرير الصحف المتخصصة لتفادي مضايقات الإعلان إلي زيادة نسبة البياض واستخدام الحروف السوداء وظهور الأرضيات وذلك يضر بالمساحة والقيم الإخبارية والبصر بالنسبة للقاريء.

(١٣) أن الصحافة النسائية والفنية والرياضية تحتاج إلي ورق أكثر جودة لدقة ظهور الصور والألوان.

[illegible] الصحافة الن[illegible]ية والرياضية أكثر استخداما للصور والألوان والخطوط الحدي[illegible]

(١٥) أن الصحافة الأدبية والدينية أكثر اعتمادا علي العناوين والرسوم وخطوط النسخ والكوفي والرقعة.

(١٦) أن العناوين التي تميز الصحافة الأدبية والنسائية والإقتصادية والعسكرية تكون عناوين شارحة تفسيرية بينما صحافة الحوادث اخبارية، وتميل صحافة الفن إلي استخدام العنوان التعجبي.

(١٧) تساعد الصورة الصحفية علي تحقيق توازن الصفحة ، وتوزيع جوانب من النص ، كما تعتمد الصحافة الفنية والنسائية علي الصور الجمالية ، بينما تعتمدالصحافة الإقتصادية والأدبية علي الصورة التوضيحية ، في حين تستخدم الصور الإخبارية الصحافة الرياضية أكثر.

(١٨) أن الصحافة الإقتصادية أكثر الصحف استخداما للرسوم البياني ، وأن الصحافة العسكرية أكثر استخداما للخرائط والصحافة الرياضية أكثر استخداما لرسوم الكاريكاتير.

(١٩) تميل الصحافة الإقتصادية إلي استخدام اللون ازرق بينما تفضل الصحف الرياضية اللون الأحمر والأزرق، في حين تميل الصحافة الفنية إلي استخدام مزج الألوان.

(٢٠) تستخدم الصحافة الأدبية والإقتصادية والدينية الأرضيات والفواصل أكثر من غيرها.

(٢١) أن تصميم الصحف المتخصصة مرتبط بسياسة التحرير أكثر من التصميم وفقا لنوع وقيمة الموضوع.

(٢٢) تميل الصحف التي لا تعتمد علي الصور إلي اسخدام أسلوبي التربيع والقطاع لصفحاتها الداخلية مثل الصحافة الدينية والإقتصادية والأدبية في حين تستخدم الصحف الأخري أسلوب التوازن بالتباين بالإضافة إلي الأسلوب الشخصي الحر.

(٢٣) تميل الصحف الفنية مثل أخبار النجوم والصحف النسائية مثل نصف الدنيا إلي استخدام الغلاف الجمالي.

بينما تستخدم الغلاف الموضوعي الصحف الإقتصادية والعسكرية والأدبية.

(٢٤) اختارت الصحف التي تعتمد علي الصور أسلوب تصميم الملصق، مثل أخبار النجوم والرياضة ونصف الدنيا والأهلي والزمالك، بينما مالت الصحف التي يقل اعتمادها علي الصور إلي استخدام أسلوب اللا ملصق وهي صحف الأدب والأهرام الإقتصادي وعقيدتي.

ثانيا: مقترحات الدراسة:

(١) ضرورة ظهور المحرر المتخصص من خلال الدراسات العليا بالإعلام.

(٢) ضـرورة تلـقي سكرتير تحرير الصحف المتخصصة دورات تدريبية مستمرة لتنمية وعيه بمجال التخصص.

(٣) عمل ملزمات للإعلان مستقلة بعيدا عن التحرير.

(٤) انشاء مركز لدراسة خصائص جمهور الصحيفة المتخصصة.

ملاحق الدراسة

جامعة أسيوط
كلية الاداب بسوهاج
قسم الصحافة

"بسم الله الرحمن الرحيم"

****

صحيفة استقصاء

عنوان البحث

تصميم الصحف المتخصصة

دراسة ميدانية علي سكرتيري تحرير الصحف المتخصصة

الباحث
دكتور/ فوزي عبد الغني خلاف
مدرس الصحافة – كلية الاداب بسوهاج
جامعة أسيوط

==
=

ملحوظة: البيانات الواردة بالإستقصاء سرية ولا تستخدم إلا في الغرض العلمي.

أولا: بيانات شخصية

الإسم (اختياري): ....

تاريخ الميلاد: ....

تاريخ التخرج: ....

تاريخ التعيين: ....

تاريخ الإلتحاق بالخدمة: ....

نوع المؤهل:..

الصحيفة التي تعمل بها: ....

صحف أخري مارست بها العمل:....................................

....

....

ثانـــيا:أسئلة الإستقصاء

س١: هل تعتقد في أهمية الصحف المتخصصة؟.

(   ) نعم

(   ) لا

في حالة الإجابة (نعم) أجب س٢

س٢: ما هي أهمية الصحف المتخصصة؟.

(   ) تعـتبر مجـالا لنشر الأفكار، وتبادل الخبرات في مجال معين.

(   ) التأثير علي متخذي القرار بما تقدمه من أفكار.

(   ) المساعدة علي تحـقيق ، وتنمية المقدرة الإبداعية في التخصص.

(   ) إشباع الحاجات المختلفة لفئات معينة من الجمهور.

(   ) تساعد علي خلق وعـي بتخصصها لـدي الجمـهور العام.

أخري تذكر:..

....

أولا: جمهور الصحف المتخصصة

س٣: هل يقرأ صحيفتك قاريء خاص أم عام؟.

(   ) قاريء خاص.

(   ) قاريء عام.

(   ) النوعان معا.

س٤: كيف تتعرف علي خصائص جمهور صحيفتك؟.

(   )عن طريق البريد والإستقصاء لرأي الجمهور.

(   ) عن طريق رأي المفكرين والعلماء.

(   ) عن طريق الإستنباط من المراجع والبحوث.

(   ) عن طريق المعرفة بالبيئة المحيطة حولك.

أخري تذكر: ....

....

س٥: هل يجعلك القاريء العام تغير من عناصر تصميمك للموضوع؟.

(   ) نعم

(   ) لا

في حالة الإجابة (نعم) أجب س٦

س٦: كيف تغير من عناصر اخراجك للموضوع؟.

(   ) زيادة استخدام الرسوم التوضيحية والبيانية.

(   ) زيادة استخدام الصور الفوتوغرافية.

(   ) زيادة حجم حروف المتن.

(   ) زيادة استخدام الحروف السوداء ، للتأكيد على الأهمية.

(   ) تبسيط الشكل بصفة عامة.

أخرى تذكر:

....

....

س٧ : هل يؤثر القارىء الخاص في تصورك لتصميم الموضوع؟.

(   ) نعم

(   ) لا

في حالة الإجابة (نعم) أجب س٨

س٨: كيف يؤثر القارىء الخاص في تصورك لتصميم الموضوع؟

(   ) عدم الإهتمام بزيادة التوضيح بالرسم.

(   ) عدم الإهتمام بزيادة التوضيح بالصورة.

(   ) عدم الإهتمام بزيادة التوضيح بتكبير حروف المتن.

(   ) الإهتمام فقط بوضع المضمون في شكل يسهل قراءته.

أخري تذكر: ....

....

ثانيا: العوامل المؤثرة علي سكرتير التحرير

س٩: هل هناك علاقة إيجابية بين أسلوب الكتابة الصحفية والتصميم؟.

(   ) نعم

(   ) لا

في حالة الإجابة (نعم) أجب س١٠

س١٠: أيهما أفضل لك في الإخراج:

(   ) محرر متخصص.

(   ) محرر غير متخصص.

س١١: لماذا تفضل أن يحرر الموضوع صحفي متخصص:

(   ) تستعين به لفهم رموز متخصصة.

(   ) يستخرج عناوين تساعد في تصميم الموضوع.

(   ) لا يميل إلي الإطناب فيوفر في المساحة

(   ) يستخدم الصور والرسوم المناسبة.

(   ) يقسم النص إلي عناصر.

أخري تذكر:..

....

س١٢: أيهما أفضل فيما يأتي:

(   ) مخرج صحفي خاص للصحف المتخصصة.

(   ) مخـرج صحـفي عـام يصمم الصحف المتخـصصة وغيرها.

س١٣: هل تلقيت دورة في مجال تخصص صحيفتك؟.

(   ) نعم

(   ) لا

في حالة الإجابة (نعم) أجب س١٤ ، وفي حالة الإجابة (لا)

أجب س١٥.

س١٤: ما الفائدة العائدة عليك من تلقي هذه الدورة؟.

(   ) سهولة استيعاب المضمون.

(   ) امكانية التدخل بالتلخيص أو الحذف دون خلل.

(   ) اختيار عناوين جاذبة ومناسبة للمضمون أيضا.

(   ) استيعاب التقنيات التي تساعد في التصميم.

أخري تذكر: ....

....

س١٥: كيف تعوض نقص المعرفة بمجال التخصص عند الإخراج؟.

(   ) قراءة المضمون قبل تصميمه بشكل مركز.

(   ) القراءة المستمرة في مجال تخصص الصحيفة.

(   ) الإستعانة بالمحرر عند تصميم موضوعه.

(   ) استشارة رؤساءك كثيرا.

أخري تذكر: ....

....

س١٦: هل تتابع تصميم الموضوعات في الصحف المشابهة؟.

(   ) نعم

(   ) لا

س١٧: هل تقلد اسلوب اقتنعت به في صحيفة منافسة؟

(   ) نعم

(   ) لا

في حالة الإجابة (لا) أجب س ١٨:

س١٨: ما السبب في عدم التقليد لأساليب صحف منافسه؟.

(   )لاختلاف موضوعك عن موضوع المنافس.

(   ) تخاف من لوم رئيس وزملاء العمل.

(   ) للمحافظة علي شخصية صحيفتك.

(   ) لأنك تميل إلي الإبتكار.

أخري تذكر :..

....

س١٩: هل ينتج عن كثرة تعاملك في المجال المتخصص سهولة مهمة التصميم؟.

( ) نعم

( ) لا

س٢٠: أيهما أيسر عند التصميم؟.

١- ( ) الصحف العامة.

٢- ( ) الصحف المتخصصة.

في حالة الإجابة رقم (١) أجب س٢١، وفي حالة الإجابة رقم (٢) أجب س٢٢.

س٢١: لماذا تعتقد في يسر تصميم الصحف العامة، عن المتخصصة؟.

( ) الصحف العامة تساعدك فعلي التنوع التيبوغرافي.

( ) الصحف العامة تظهر مواهبك من خلال الإتجاهات المختلفة للمضمون.

( ) الصحف العامة تقلل من ظهور الثوابت المكررة.

أخري تذكر:

....

....

س٢٢: لماذا تعتقد في يسر تصميم الصحف المتخصصة عن العامة؟.

(   ) سهولة التصميم لمختلف المضامين نتيجة تخصصها

الثابت في كل عدد.

(   ) تستطيع أن تبرز أكثر في مجال تخصصت فيه.

(   ) سهولة التعامل تصميميا مع القارىء الخاص أكثر

من العام.

أخري تذكر: ....

....

س٢٣: هل تتميز الصحف المتخصصة بتباعد فترات الإصدار؟.

(   ) نعم

(   ) لا

س٢٤: هل يؤدي تباعد الإصدار إلي تصميم جيد؟.

(   ) نعم

(   ) لا

في حالة الإجابة (نعم) أجب س٢٥.

س٢٥ كيف يؤدي تباعد الإصدار إلي جودة التصميم؟.

(   ) كلما زادت مساحة الوقت زادت مساحة التفكير في

اضافة عناصر جديدة.

(   ) يؤدي تباعد الإصدار إلي استخدام الأسلوب الأمثل.

س٢٦: هل يتدخل رئيس التحرير بتوجيهك عند ممارسة مهامك؟.

(   ) نعم

(   ) لا

س٢٧: هل تتميز صحيفتك بكثرة الثوابت؟.

(   ) نعم

(   ) لا

س٢٨: هل تسهل الثوابت مهمة سكرتير التحرير؟.

(   ) نعم

(   ) لا

في حالة الإجابة (نعم) أجب س٢٩، وفي حالة الإجابة (لا) أجب س٣٠.

س٢٩: كيف تسهل الثوابت مهمتك؟.

(   ) التعود علي شكل شبه ثابت.

(   ) عدم الحاجة إلي التجديد المستمر.

أخري تذكر:

....

....

س٣٠: ما هي مضار كثرة الثوابت علي التصميم؟.

(   ) تقلل من الإبداع لدي سكريتير التحرير.

(   ) رتابة الشكل تخلق الملل عند القارىء وذلك عيبا

تصميميا.

أخري تذكر:

....

....

.

ثالثا: تأثير الإعلانات علي اخراج الصحف المتخصصة

س٣١: هل يتفق مضمون الإعلانات لديك مع اتجاه مضمون موضوعاتك؟.

( ) نعم

( ) لا

س٣٢: هل تحاط علما بتصميم الإعلان المجاور للمضمون؟.

( ) نعم

( ) لا

س٣٣؟ هل تتولي مهمة تصميم الإعلانات في صحيفتك؟.

( ) نعم

( ) لا

س٣٤:هل تعتقد أن الإعلانات تؤثر علي تصميم الموضوعات المتخصصة؟.

( ) نعم

(   ) لا

في حالة الإجابة (نعم) أجب س٣٥:

س٣٥: كيف يؤثر تصميم الإعلانات المجاورة علي تصميم موضوعات الصحيفة؟.

(   ) صور الإعلان ورسومه تقلل جذب الإنتباه لمتن الموض

(   ) ألوان الإعـ ـن جذب الإنتباه للموضوع المجاور.

(   ) العناوين في الإعلان تقلل جذب الإنتباه للموضوع المجاور.

أخري تذكر:..

....

س٣٦: كيف تتفادي مضايقات الإعلان عند تصميم موضوعك؟.

(   ) زيادة نسبة البياض بين الإعلان والموضوع المجاور.

(   ) استخدام حرف المتن الأسود في الموضوع المجاور للإعلان.

(   ) استخدام ا ـل مع الإعلان.

(   ) استخدام أرضيات متباينة.

أخري تذكر:..

....

س٣٧: هل تفضل تصميما معينا للإعلانات المجاورة للموضوع؟.

(   ) نعم

(   ) لا

في حالة الإجابة (نعم) أجب س٣٨.

س٣٨: ما هو التصميم الذي تفضله ليناسب موضوعاتك؟ز

) تقليل سمك البراويز المحيطة بالإعلان.

(   ) التقليل من استخدام كل العناصر التيبوغرافية الثقيلة.

(   ) الإبتعاد عن استخدام أسلوب الجزر.

(   ) الإبتعاد عن استخدام أسلوب البتر بالموضوع.

أخري تذكر:..

....

رابعا:علاقة الصحف المتخصصة بالورق

س٣٩: هل تعتقد أن هناك علاقة بين نوع الورق وتسهيل مهمة سكرتير التحرير؟.

(   ) نعم

(   ) لا

في حالة الإجابة (نعم) أجب س٤٠.

س٤٠: كيف تكون هذه العلاقة؟.

(   ) جودة الورق تعطي نتيجة أفضل في الألوان.

(   ) جودة الورق تساعد علي ظهور صورة أكثر وضوحا.

(   ) جودة الورق تساعد علي وضوح المتن أكثر.

أخري تذكر:..

....

خامسا: العناصر التيبوغرافية المميزة للصحف المتخصصة

س٤١: رتب العناصر التيبوغرافية الاتية حسب استخدامها في صحيفتك؟.

(   ) العنوان

(   ) الصور الفوتوغرافية

(   ) الرسوم

(   ) الألوان

(   ) الأرضيات

(   ) الفواصل

(   ) الحروف

أخري تذكر:..

....

س٤٢: ما هي أشكال الخط المناسبة لعناوين صحيفتك؟ز

( ) نسخ

( ) كوفي

( ) رقعة

( ) هندسي

( ) ثلث

( ) حر

أخري تذكر:...

....

س٤٣: هل يساعد العنوان في الوصول لتصميم معين للصفحة؟.

( ) نعم

( ) لا

في حالة الإجابة (نعم) أجب س٤٤.

س٤٤: كيف يساعدك العنوان علي ذلك؟.

( ) لأن العنوان أول شيء يطالعه القاريء.

( ) لآنه يخلق توازن في تصميم الصفحة.

( ) أن اختلاف أحجام العناوين عند التصميم يعطي جذبا للموضوع.

( ) حجم العنوان يقيس لنا حجم وأهمية الموضوع.

(   ) زيادة نسبة البياض كلما زادت نسبة العناوين.

(   ) تصميم عناوين علي أرضيات وأشكال مختلفة.

أخري تذكر: ....

....

س٤٥: رتب أنواع العناوين التالية التي تميل إلي استخدامها؟.

(   ) اخباري

(   ) تفسيري

(   ) استفهامي

(   ) تعجبي

أخري تذكر: ....

....

س٤٦: رتب أنواع الصور التالية التي تعتمد أكثر عليها؟.

(   ) خبرية

(   ) جمالية

(   ) توضيحية

أخري تذكر:

....

....

...

س٤٧: هل تساهم الصور في الوصول لتصميم معين؟.

(   ) نعم

(   ) لا

في حالة الإجابة (نعم) أجب س ٤٨.

س٤٨: كيف تساهم الصور في الوصول لتصميم معين؟.

(   ) تحقيق توازن الصفحة باستخدام الصور.

(   ) الصور عنصر جذب لعين القاريء.

(   ) تساعد في توضيح مفهوم النص.

(   ) تقابل العنوان في اشاعة التوازن في الصفحة.

أخري تذكر:......... ....

....

س٤٩: هل تعتبر الرسوم أحد العناصر التيبوغرافية المساعدة لك في التصميم؟.

(   ) نعم

(   ) لا

في حالة الإجابة (نعم) أجب س٥٠.

س٥٠: كيف تساعدك الرسوم في التصميم؟.

(   ) الخريطة في أحيان كثيرة أهم من الصور الفوتوغرافية.

(   ) الرسم البياني يعطي قيمة دلالة كبيرة.

(   ) عمل أشكال مختلفة في الصفحة بالرسوم.

(   ) استخدام الكاريكاتير كقيمة معبرة فيما تعجز عنه الصورة.

أخري تذكر: ....

....

س٥١: رتب أنواع الرسوم التالية من حيث درجة استخدامك لها؟.

(   ) كاريكاتير

(   ) خرائط

(   ) رسم بياني

أخري تذكر: ....

....

س٥٢: هل تفضل أن تكون الألوان أحد عناصرك في التصميم؟.

(   ) نعم

(   ) لا

س٥٣: هل تفضل استخدام درجة لونية أو لون معين لعناوينك أو أرضياتك أو فواصلك تؤكد علي شخصية صحيفتك؟.

(   ) نعم

(   ) لا

في حالة الإجابة (نعم) أجب س ٥٤.

س٥٤: ما هي الدرجة اللونية أو اللون الذي تميز به صحيفتك؟.

(   ) الأحمر

(   ) الأصفر

(   ) الأزرق

(   ) خليط

أخري تذكر: ....

....

س٥٥: ما هي علاقة استخدام اللون ومجال صحيفتك؟.

(   ) لأن شعار صحيفتك يعتمد علي نفس اللون.

(   ) لأن هذا اللون يشيع البهجة.

(   ) لأن هذا اللون يجذب الإنتباه.

(   ) لأن هذا اللون يتوافق مع المضمون.

أخري تذكر: ....

....

س٥٦: كيف يساعد استخدام اللون في تصميم الموضوع؟.

(   ) عمل أرضيات ملونة.

(   ) استخدام اللون مكان الصور.

(   ) الألوان تشيع الجمال في الصفحة.

(   ) يساعد علي نصميم الموضوع بالتوازن مع الصور والعناوين.

أخري تذكر: ....

....

س٥٧:هل تكون الأرضيات أحد عناصر تصميم الموضوع؟.

(   ) نعم

(   ) لا

في حالة الإجابة (نعم) أجب س ٥٨.

س٥٨: لماذا تعد الأرضيات أحد عناصرك في التصميم؟.

(   ) تأخذ شكلا يساعد علي الإيحاء بالموضوع.

(   ) تؤدي إلي خلق مناطق تباين.

(   ) إبراز بعض المناطق الهامة في الموضوع.

(   ) تساعد علي الفصل مع الموضوع المجاور.

أخري تذكر: ....

....

س٥٩: رتب الأرضيات الاتية حسب درجة استخدامك لها؟.

(   ) أرضية غير ملونة (هافتون)

(   ) أرضية غير ملونة (نيجاتيف)

(   ) أرضية ملونة

أخري تذكر: ....

....

س٦٠: رتب استخدامك للفواصل التالية في تصميم الموضوع؟.

( ) جداول طولية بين الموضوعات.

( ) فواصل عرضية بين الموضوعات.

( ) إطار حول الموضوع.

( ) البياض كفاصل طبيعي (طولا وعرضا).

( ) العنوان كفاصل عرضي.

( ) الألوان كفاصل طولي وعرضي.

( ) الأرضية.

أخري تذكر: ....

....

سادسا: أساليب التصميم المتبعة في الصحف المتخصصة

س٦١: أي العوامل الاتية تؤثر في:

( ) النوع

( ) القيمة

( ) النوع والقيمة معا

( ) سياسة التحرير

أخري تذكر: ....

....

س٦٢: ما هي الأساليب التي تميل إلي استخدامها عند تصميم الموضوع؟.

(   ) أسلوب حر (شخصي).

(   ) أسلوب التوازن بالتباين باستخدام فكرة الرافعة في توزيع الأثقال.

(   ) أسلوب بؤري

(   ) أسلوب تربيع الصفحة.

(   ) أسلوب أفقي

(   ) أسلوب بناء السـور (بتوزيع الصور علي جانبي الصفحة).

(   ) أسلوب القطاع (صورة جانبية بطول الصفحة.

س٦٤: هل تقوم بتصميم الصفحة الأولي أو الغلاف في صحيفتك؟.

(   ) نعم

(   ) لا

في حالة الإجابة (نعم) أجب س ٦٥.

س٦٥: ماهي الأنواع التي تميل إلي استخدامها في الصفحة الأولي، أو

الغلاف في صحيفتك المتخصصة؟.

(   ) صفحة أو غلاف اخباري

(   ) صفحة أو غلاف موضوعي يعتمد علي طرح قضية معينة.

(   ) صفحة أو غلاف ايضاحي يعتمد علي التوضيح بالرسم.

(   ) صفحة أو غلاف ساخر.

(   ) صفحة أو غلاف دلالي رمزي (يرمز المصمم إلي توصيل معني معين).

أخري تذكر: ....

....

س٦٦: ماهي الأساليب التي تميل إلي استخدامها في تصميم الصفحة الأولي أو الغلاف بصحيفتك المتخصصة؟.

(   ) أسلوب الملصق (الإعتماد علي صورة كبيرة).

(   ) أسلوب اللاملصق (الإعتماد علي صورة + متن + عناوين).

أخري تذكر: ....

....



وكان الفرج بالدعاء

سبب الشرف

في تصل المودة

هذا .. أو الموت

الله أكبر

من التراث الشعري العربي :

إلا الحسد

الصلاح .. باق

الدعاء الجامع

مكاتب لتحفيظ القرآن

أولئك ينعمون

صلاة البراءة

أزواج ...

أنواع الملك

قال الخليل



حلقات عن التحديات المعاصرة للاسلام يذيعها التليفزيون الامريكى فى رمضان

كتب ـ ابراهيم نصر :

سجلت الشبكة العربية بالتليفزيون الامريكى ٣٠ حلقة حول التحديات المعاصرة للاسلام، لتذاع خلال شهر رمضان القادم للمسلمين العرب فى امريكا .

اعد الحلقات ويقدمها تهانى منتصر، والمخرجها محمد ابراهيم، وهى تهتم بتوضيح صورة الاسلام الصحيحة كما رسمها القرآن الكريم ودعا اليها الرسول وليست كما شوهها الغرب ووضعها فى اطار العنف والارهاب .

وتقدم الحلقات معلومات مبسطة عن اركان الاسلام للاطفال وتقديم فتاوى تهم المسلمين فى امريكا تتعلق بالصلاة والصيام والحج .

تحدث فى الحلقات الدكتور محمد سيد طنطاوى مفتى الجمهورية والدكتور عبدالصبور مرزوق الامين العام للمجلس الاعلى للشئون الاسلامية والدكتور احمد هيكل وزير الثقافة الاسبق وعدد من علماء الدين .

ندوات وأفلام ومكتبات فى مقاهى القاهرة

لجنة الثقافة والاعلام بالمجلس الشعبى المحلى لمحافظة القاهرة تقدمت باقتراح لتحويل بعض المقاهى فى الاحياء الشعبية الى نوادى ثقافية لعقد الندوات والمناظرات وعروض الافلام السينمائية والتسجيلية الهادفة التى تحارب الارهاب والتطرف والادمان الى جانب انشاء مكتبات صغيرة بها .

سعاد الديب رئيس لجنة الثقافة قالت ان مديرية ثقافة القاهرة رحبت بالاقتراح تماما ووافقت عليه وتجرى الآن الاستعدادات اللازمة لتنفيذه .

من الزقازيق

برنامج (فى بيوت الله) الذى يذاع بالقناة الاولى .. يقدم اليوم ثلاثة من مسجد مهدى محمود أبو خليل بالزقازيق حول منازل المتقين .

ـ ضيوف البرنامج عبدالواحد زكى راضى ومحمود جوده ومحمد الهلباوى ـ تقديم محمد عبدالعظيم واخراج رمضان أبو عامر .

فضيلة الاستغفار فى وادى النيل

موقف الاسلام من فضيلة الاستغفار موضوع حلقة اليوم من برنامج (مواقف اسلامية) ٦,١٠ مساء على موجة اذاعة وادى النيل اعداد عطية السيد واخراج محمد العشرى وبثينة كامل

□□

مسلسل (فى رحاب الاسلام) ٣٠ حلقة متصل منفصل ويتناول كل القضايا الاسلامية المعاصرة وكيفية حلها .

(الكبائر) مسلسل ضخم ومتجدد . يقدم منه فى كل عام ٣٠ حلقة ـ ثم مسلسل (فى نور الهدى) الذى شاهدنا بعض حلقات منه ولعب بطولته الراحل حسن عابدين مع ليلى طاهر ونخبة من النجوم المعروفين .

معظم هذه الاعمال وغيرها لم يذع على شاشة التليفزيون عندنا لانها من إنتاج القطاع الخاص .

عبدالله الشيخ يقول إن التليفزيون المصرى يستطيع أن ينتج مثل هذه الاعمال وأفضل منها لأن إمكانياته ضخمة ـ ويتمنى أن يتيح له ولغيره إمكانية ذلك .

□□

● د. أحمد عمر هاشم

د. عمر هاشم .. فى هدى السنة

الدكتور أحمد عمر هاشم هو ضيف برنامج (من هدى السنة النبوية) حيث يتحدث عن الدعوة إلى البعد عن الظلم والشح .. البرنامج يذاع الخميس القادم على القناة الثانية من إخراج فوزى محمود .

عطية صقر يتحدث عن تغيير المنكر

فى برنامج (فتاوى وأحكام) بالقناة الثانية يجيب فضيلة الشيخ عطية صقر عن اسئلة المشاهدين حول فضل شهر شعبان ـ وتغيير المنكر باليد ـ والتصوف ـ ووضع المصحف فى النعش .. البرنامج من إخراج بثينة

● الشيخ عطية صقر

أحمد بهجت يكتب عن التطرف والوسطية

أحمد بهجت يكتب مسلسلا تليفزيونيا فى ٣٠ حلقة عن التطرف والتوازن فى المفهوم الاسلامى . يخرجه أحمد توفيق .. عنوان المسلسل (التطرف والوسطية)

فهرس الدراسة

ع ٠٦٣/١٠٠٠١

الترقيم الدولي I.S.B.N.977.5510-00.8

الناشر: شبيك لبينك للدعاية والنشر

القاهرة – شارع جامعة الدول العربية.